


جامعة اليرموك

كلية الإعلام

قسم الصحافة

# أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت

# Patterns and Motives of Exposure of Jordanian Readers To Daily Printed newspapers compared to their Sites on the Internet

إعداد الطالب

ربيع نايف ذيابات

بإشراف

د. عزام عنانزة

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

في جامعة اليرموك

٢٠١٥/٢٠١٤

## التفويض

أنا الطالب: ربيع نايف ذيابات

أفوض جامعة اليرموك بتزويد رسالتي للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

الاسم: ربيع نايف ذيابات

التوقيع: ......................

التاريخ / / ٢٠١٥

## قرار لجنة المناقشة

## نوقشت هذه الرسالة بعنوان: أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الإنترنت

وأجيزت بتاريخ / / 2015

أعضاء لجنة المناقشة

د. عزام عنانزة رئيسا ومشرفا ....................

د. علاء الدين خليفة الدليمي عضوا ....................

د. محمود السماسيري عضوا ....................

# الإهداء

بعد شكر الله وحمده، حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه لتوفيقي في إنجاز هذا العمل.

أهدي هذه الرسالة والجهد والعمل المتّواصل

إلى

والدي العزيز أطال الله في عمره وأدامه ذخراً وسنداً لي

إلى

أمي الغالية ............ أطال الله في عمرها

إلى

أخوتي وأخواتي الأعزاء

إلى أصدقائي الأعزاء إليهم جميعاً أهدي خلاصة جهدي وعملي. . . . .   سائل الله تعالى أن يكون هذا

العمل داعماً للبحث العلمي والمعرفة.

# الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد .....

بداية أشكر الله سبحانه وتعالى الذي أكرمني وأعانني على إعداد البحث العلمي، والشكر موصول لمعلمي الفاضل الدكتور عزام العنانزة ، الذي ساعدني واشرف على إعدادي للرسالة بكل إخلاص وأمانه ووقف بجانبي وأرشدني ووجهني للصواب ولم يتوان لحظة واحدة عن تقديم العلم والفائدة لي.

كما اشكر الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة المكونة من الدكتور علاء الدليمي رئيس قسم الصحافة ورئيس لجنة الدراسات العليا في كلية الأعلام والدكتور محمود السماسيري على جهدهم وتوجيهاتهم للإثراء هذه الرسالة.

# قائمة المحتويات

## قائمة الجداول

| | |
|---|---|
| من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة الانترنت" والمجال ككل | |
| المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات مجال "الإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية" والمجال ككل | ٨٠ |
| توزيع أفراد العينة تبعاً لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف عبر مواقعها الإلكترونية ومرتبة ترتيبا تنازليا | ٨٢ |
| المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات مجال "مصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ" والمجال ككل | ٨٣ |
| نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس | ٨٥ |
| نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر | ٨٦ |
| نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي | ٨٦ |
| نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي | ٨٧ |
| نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس | ٨٨ |
| نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر | ٨٩ |
| نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي | ٨٩ |
| نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الطلاب لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي | ٩٠ |
| نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت | ٩١ |
| نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الطلاب لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك حاسوب متصل بالانترنت بالمنزل | ٩٢ |
| نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير إجادة التعامل مع الحاسوب | ٩٣ |
| نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس | ٩٤ |

## قائمة الملاحق

# ملخص الرسالة

**ذيابات، ربيع. أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت، ٢٠١٤: إشراف الأستاذ الدكتور: عزام عنانزة.**

هدفت الدراسة التعرف على أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباعات كإطاراً نظرياً، واعتمدت على منهج المسح للعينة المتاحة العمدية، وطبقت أداة الدراسة (الاستبيان) على الجمهور الأردني الذي يستخدم الصحف اليومية الورقية الأردنية، وقد بلغ عدد أفراد العينة (٢٠٠) فرد من جمهور مدينة اربد.

وقد توصلت الدراسة أنما نسبته (٥٨,٥%) وهم الأكثر تكراراً من الأشخاص الذين يقرؤون الصحف (الصحف الورقية ومواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت) الاثنان معا،وأن صحيفة الرأي هي الصحيفة الأكثر تكراراً التي يقوم الجمهور بقراءتها ويليها صحيفة الدستور.

وأن الأسباب التي تجذب الجمهور لزيارة مواقع الصحف على الانترنت كان أعلاها لسبب "الحصول على أحداث الأخبار ومتابعة الأحداث الجديدة" وبدرجة مرتفعة.وابرز الموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت هي "الموضوعات السياسة".

كما كشفت الدراسة أن من ابرز الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت" هو "تعزيز الآراء السياسية"،وأن أبرز الإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية" هي "معرفة أخر الأحداث والتطورات" وبدرجة مرتفعة، يليها "اعتبار المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين" وبدرجة مرتفعة ايضاً.

وفي ضوء النتائج أوصت الدراسة بضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول أنماط وعادات قراءة الصحف وزيارة مواقعها على شبكة الإنترنت. وعلى الصحف المطبوعة إجراء المزيد من الدراسات لتلبية احتياجات ورغبات القراء، وأن تطور من ومواقعها على الإنترنت بحيث يكون هناك اختلافاً بين الصحف في شكلها على مواقع الإنترنت، وتكون وتحقق رغبات جمهور القراء.

**الكلمات المفتاحية: الأنماط، الدوافع، الجمهور، الصحف اليومية الورقية الأردنية، شبكة الإنترنت.**

Abstract

**Thyabat, Rabee' .Patterns and Motives of Jordanian Audience Exposure to Daily Printed Newspapers compared to their Online Websites) (2014) (Supervised by: Dr. Azzam Ananzeh)**

This study aimed at identifying the patterns and motives of Jordanian audience exposure to daily printed Newspapers compared to their online websites. This study relied on the theory of uses and gratifications as a theoretical framework, and employed purposive convenience sampling method. The tool of the study, which is the questionnaire, was applied to the audience of Jordanian newspapers from the governorate of Irbid.

The main results of the study indicate that (58.5%) of the individuals read both (printed newspapers and websites of printed newspapers), and those are the most frequent. The results showed that Al-Rai newspaper is the most frequently read the audience, followed by Addustour newspaper.

The reasons which attract the audience towards visiting the newspapers' websites included "Getting the latest news and knowing about new events" which was the most frequently citedreason and with a high degree. Concerning the topics which the audience follow on websites, politics was the most frequently cited topic.

Concerning the gratifications achievedthrough reading the newspapers on their websites, the study found that the highest frequent gratification was related to "enhancing political attitudes', and that the main gratifications achieved through reading printed newspapers was related to gratifying the need for" knowing the latest events and developments', followed by that "news items are the basis of interaction with others".

Based on the results, the study recommended the necessity of conducting more studies on the patterns and habits related to reading printed newspapers and visiting their websites.Printed newspapers ought to conduct more studies aiming at satisfying the needs of the readers, and to develop their websites so that a difference between the forms of printed

newspapers and their websites is created m and so they can satisfy the needs of their readers and audiences.

Key terms: Patterns, Motives, Audience, Jordanian Printed Daily Newspapers, the Internet.

## المقدمة:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نمواً متزايداً للثورة التكنولوجية الرقمية مما أدى إلى خلق منافسات كبيرة خاصة في مجال الإعلام والاتصال. وقد أدت هذه الثورة المعلوماتية إلى تغير الكثير من عادات وسلوكيات الأفراد وأسلوب معيشتهم، مما فتح المجال أمام واقع إعلامي جديد قد بدأ بفرض نفسه على المساحة الإعلامية والصحفية، وذلك لفضل الشبكة العنكبوتية العالمية (الانترنت) التي أتاحت للجماهير نوعاً جديداً من الخدمة الصحفية والإعلامية بقوالب الكترونية غير متعارف عليها في الصحف الورقية التقليدية.

وقد شهدت الصحافة تطوراً هائلاً وكبيراً في القرن العشرين، ورغم ما تعانيه الأزمة العالمية الصحافية الورقية المطبوعة من انخفاض في الإيرادات، وانخفاض مستوى التوزيع، وتدني نسبة المعلنين، إلا أن الصحافة الالكترونية لم تستطع الحلول (بشكل كامل) محل الصحف الورقية المطبوعة، والتي تقوم بجمع الأخبار والمعلومات، واستقصاء الحقائق وتحريرها (المطيري، ٢٠١١: ص٢).

وفي ظل التطور التكنولوجي الذي نعيش، لم تعد الصحافة الورقية هي المصدر الوحيد لمعرفة الأخبار والمعلومات والحقائق حول مختلف الأحداث وتداعياتها، بل ظهرت الصحافة الإلكترونية حديثاً لتشكل ظاهرة إعلامية جديدة ارتبطت مباشرة بعصور ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ليصبح المشهد الإعلامي والاتصالي الدولي أكثر انفتاحاً وسعة حيث أصبح بمقدور من يشاء الإسهام في إيصال صوته ورأيه لجمهور واسع من القراء دونما تعقيدات الصحافة الورقية وموافقة الناشر في حدود معينة وبذلك اتسعت الحريات الصحفية بشكل غير مسبوق، بعد أن أثبتت الظاهرة الإعلامية الجديدة قدرتها على تخطي الحدود الجغرافية بيسر وسهولة (العتيبي، ٢٠٠٥: ١).

وتتسم الصحافة الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة، حيث أكدت معظم الأبحاث والدراسات على أنها أصبحت وسيطاً إعلامياً جماهيرياً، إذ مكنت كافة الأفراد والمؤسسات من إرسال واستقبال المعلومات عبر أي مسافة، وفي أي وقت، وفي أي مكان (تربان، ٢٠٠٨: ١٢٨). ويمكن القول إنّ الإعلام الإلكتروني يتميز ببعض الخصائص كالتنوع الشديد في الوسائل والمواقع الإعلامية، حيث أتاحت شبكة الإنترنت إنشاء صحف متنوعة ذات حجم غير محدد نظرياً، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام. كما يتسم الإعلام الإلكتروني بالمرونة في استعراض وانتقاء الوصول الآلي، وتحليل البيانات والمعلومات الموجودة على شبكة الإنترنت (أمين، ٢٠٠٧: ٩٢).

ورغم ما تمتاز به الصحافة الإلكترونية من خصائص وميزات تجعلها منافساً قوياً للوسائل التقليدية الأخرى وخاصة الصحف الورقية، إلا أن هذه الوسيلة لها سلبيات أيضا، إذ أن قراءة تلك الصحف صعبة ومرهقة (الفيصل، ٢٠٠٦: ١٢٥).

تتمتع الصحافة الإلكترونية بفائض من الحرية، وبهامش واسع من التعبير، كما أنها الأوسع انتشارا والأكثر متابعة لقدرتها للوصول للقارئ في أي نقطة من الكرة الأرضية، لكن هذا الفائض من الحرية في التعبير، لا يعني أن استخدامها خلوّ من أي التزام، فهناك التزامات تقع على عاتق مستخدم هذه الصحافة من خلال ما ينشره أو يعرضه، كاحترام كرامة الإنسان وخصوصية الأفراد والامتناع عن انتهاكها بأي صورة من الصور، فهذه الحرية ليست مطلقة فهناك أخلاقيات مهنة الصحافة، التي تحكمها في الأساس أخلاق عامة، مثل الصدق والشرف والنزاهة، والغرض منها في النهاية هو تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح خدمة المجتمع وقضاياه (خالد ومحمد، ٢٠١١: ٢١١-٢١٢).

وتحقق الصحف اليومية الورقية والإلكترونية أحد أشكال الإعلام المهم لتحقيق أهدافاً عديدة، لذلك جاءت هذه الدراسة للتعرف على دوافع وأنماط تعرض طلبة جامعة اليرموك للصحف اليومية الورقية الأردنية، مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت.

تضمن **الفصل الأول** الإطار المنهجي للدراسة **والفصل الثاني** تناول الإطار النظري للدراسة ويشتمل على ثلاثة مباحث:- **المبحث الأول:** تناول موضوع الصحف الورقية الأردنية، أما **المبحث الثاني:** الصحافة الإلكترونية على الإنترنت، **المبحث الثالث:** أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الإنترنت.

أما الفصل الثالث فقد تضمن على نتائج الدراسة الميدانية واستعرض من خلاله الباحث نتائج إجابات المبحوثين على تساؤلات الدراسة ونتائج اختبار فروض الدراسة.

ومن أجل إثراء البحث وتغطية العديد من الجوانب في موضوعات الإعلام الجديد، يقترح الباحث ما يلي:

١. ضرورة القيام بإجراء دراسات متشابهة لهذه الدراسة، على شرائح المجتمع المختلفة وبيان الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدامات الصحف الورقية ومواقعها على شبكة الإنترنت.

٢. تشجيع البحث العلمي والدراسات الخاصة بالإعلام الجديد وخاصة الشبكات الاجتماعية والعمل على إدراجه ضمن المساقات التي تدرس في كليات الاتصال والإعلام في الوطن العربي.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

- مشكلة الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسئلة الدراسة
- فرضيات الدراسة
- النظرية التي تستند عليها الدراسة
- مصطلحات ومفاهيم الدراسة
- الدراسات السابقة
- مناقشة الدراسات السابقة وسبل الاستفادة منها
- نوع الدراسة
- منهجية الدراسة
- مجتمع الدراسة وعينتها

**مشكلة الدراسة:**

فرضت وسائل الإعلام الالكترونية ولا سيما الصحافة الالكترونية منها وجودها في واقع وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، فلم يعد بإمكان الفرد متابعة ومعرفة ما يحدث في العالم من حوله من خلال متابعة الصحف الورقية المطبوعة فحسب، وإنما أصبح بإمكانه قراءة ومتابعة هذه الصحف من خلال زيارة مواقعها على شبكة الانترنت، والحصول على المعلومات والأخبار في أي وقت وبأقل جهد وتكلفة.

وتتمحور مشكلة هذه الدراسة في التعرف على أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت.

**أهمية الدراسة:**

**الأهمية العلمية:** تبرز الأهمية العلمية للصحافة بأنها مرآة مجتمع بوجه عام، حيث تعكس قضاياه ومشاكله والإحداث التي تجري حوله، من خلال سعيها إلى معرفة مكانة الصحافة بشكلها التقليدي المعروف (الصحافة الورقية)، وشكلها الحديث (الصحافة الالكترونية)، وذلك عبر التعرف على دوافع وأنماط تعرض الجمهور لقراءة هذه الصحف من خلال شبكة الانترنت.

**الأهمية العملية:** تأتي أهمية الدراسة العملية في تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية، والتي تعد الركيزة الأساسية، وعنصر النجاح الرئيس لتقدم وتطور أي مجتمع، إضافة لدورها المستقبلي المهم في بناء الأمة بوجه عام.

## أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف العام للدراسة في التعرف على دوافع وأنماط تعرض الجمهور الأردني للصحف اليومية الأردنية الورقية بمواقعها على شبكة الانترنت، وينبثق من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل فيما يلي:

١. التعرف إلى أهم الصحف التي يقوم المبحوثين بقرائتها.
٢. التعرف على مدى انتظام المبحوثين في شراء الصحف اليومية.
٣. التعرف على مدى تأثير الاعتياد على زيارة مواقع الصحف على التعرض للصحف اليومية الورقية.
٤. مدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية.
٥. التعرف إلى أهم الأسباب التي تجذب المبحوثين للتعرض لمواقع الصحف اليومية على الانترنت.
٦. التعرف إلى أهم الموضوعات التي يهتم المبحوثين بمتابعتها على مواقع الصحف اليومية الأردنية.
٧. التعرف إلى أهم أسباب عدم قراءة المبحوثين للصحف الورقية.
٨. التعرف على أهم الإشباعات المتحققة للمبحوثين من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة الانترنت.

## تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

١. ما هي الصحف التي يقوم المبحوثين بقراءتها؟
٢. ما مدى انتظام المبحوثين في شراء الصحف اليومية؟

٣. ما مدى تأثير الاعتياد على زيارة مواقع الصحف على التعرض للصحف اليومية الورقية؟

٤. ما مدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية؟

٥. ما عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الانترنت خلال أيام الأسبوع؟

٦. ما مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية؟

٧. ما مدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف اليومية؟

٨. ما الأسباب التي تجذب المبحوثين لمواقع الصحف على الانترنت؟

٩. ما الموضوعات التي يهتم المبحوثين بمتابعتها على هذه المواقع؟

١٠. ما أسباب عدم قراءة المبحوثين للصحف الورقية؟

١١. ما الإشباعات المتحققة للمبحوثين من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة الانترنت؟

١٢. ما الإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية؟

**فرضيات الدراسة:**

**الفرضية الأولى:** لا يختلف معدل قراءة الجمهور للصحف المطبوعة باختلاف متغيراتهم الديموغرافية.

**الفرضية الثانية:** لا يختلف معدل زيارة الجمهور لمواقع الصحف على الانترنت باختلاف متغيراتهم الديموغرافية.

الفرضية الثالثة: لا يختلف معدل زيارة الجمهور لمواقع الصحف على الانترنت بامتلاك جهاز حاسوب محمول أو بتوافر جهاز حاسوب متصل بالانترنت بالمنزل بينما يختلف معدل زيارة الجمهور لهذه المواقع باختلاف مدى إجادتهم التعامل مع الحاسوب.

الفرضية الرابعة: تختلف دوافع الجمهور لزيارة مواقع الصحف باختلاف متغيراتهم الديموغرافية.

الفرضية الخامسة: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين المواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من قراءة الصحف.

الفرضية السادسة: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعياً والاشباعات التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع.

**النظرية التي تستند عليها الدراسة:**

**نظرية الاستخدامات والاشباعات**

تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة. فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام (مكاوي والسيد،١٩٩٨، ٢٣٩).

ويقدم نموذج الاستخدامات والاشباعات مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والجغرافية والشخصية،

وتجدر الإشارة بأن منظور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق أهداف رئيسة، وتتضمن فروض النظرية الخمسة ما يلي (مكاوي والسيد، ١٩٩٨، ٢٤١):

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

ويحقق منظور الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية، وهي (مكاوي والسيد، ١٩٩٨، ٢٤٣):

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال، فهم عملية الاتصال الجماهيري.

أشارت عدد من الدراسات إلى أن نظرية الاستخدامات والاشباعات يمكن من خلالها دراسة التفاعل بين الوسائل الجديدة والوسائل التقليدية للاتصال والإعلام، وتعود جذور هذه النظرية إلى منتصف الأربعينيات من القرن العشرين، كما تم تطويرها في الستينيات والسبعينيات. وتأتي هذه النظرية كبديل لنظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام، وهي تنادي بفاعلية ونشاط الجمهور الذي يمكنه من اختيار الوسيلة والمضمون والوقت الذي يريده ويتناسب مع رغباته ودوافعه. وقد لخص كل من بلملر وكاتز في كتابهم الكلاسيكي الأسس التي بنيت عليها هذه النظرية أن الأسس الاجتماعية والنفسية للمتلقي مبنية على الاحتياجات التي تولد توقعات من وسائل الإعلام أو غيرها من المصادر والتي تقود إلى أنماط مختلفة من التعرض لهذه الوسائل، مما تؤدي إلى إشباع لتلك الحاجات وإلى نتائج أخرى ربما لا تكون مرغوبة (Blumler & Katz ,1974).

إن دخول وسيلة إعلامية أو اتصالية جديدة يؤثر بلا شك على استخدامات الوسائل التي سبقتها. وعادة ما تستدعي هذه الوسائل الجديدة اهتمام الباحثين لمعرفة تأثر الوسيلة الجديدة على الناس عامة أو شرائح معينة من المجتمع. وتوجد في أدبيات الإعلام عدد من الدراسات الكلاسيكية التي تصب في هذا الإطار. وأول هذه الدراسات ما يعرف بدراسات بين فند Payne Fund التي تمت في نهاية العقد العشريني من القرن العشرين عن تأثير السينما، التي كانت في ذلك العهد وسيلة رئيسية على الشباب، كما أن دراسة الدكتور فردريك ورثام عن تأثير الرسوم الكاريكاتورية تعد دراسة أخرى مهمة من ضمن دراسات التأثير وكذلك دراسة التلفزيون والعنف لدى الناس (Surgeon Gerenal,1972).

وقد رأى الكثير من الباحثين ويعتقد الكثير من الناس أن التلفزيون هو الوسيلة الأكبر تأثيراً على حياة الناس، إلا أن الواقع الحالي الذي نشاهده ونعيشه اليوم بدخول الكمبيوتر

والإنترنت هو التغيير الحقيقي في الحيــاة البــشرية. وإن دخــول واســتخدامات الكمبيــوتر والإنترنت تعد أهم تأثيراً وأشد نفوذاً على المجتمع من دخول التلفزيون وربما يرى البعض أن تأثير هذه الوسائل الجديدة ينبغي مقارنتها فقط بالثورة الصناعية أو اختراع الطباعــة ولــيس بالتلفزيون، ويتركز تأثير التلفزيون على الترفيه بينما تأثير الكمبيوتر يمتد إلى جانب ذلك إلى المدرسة والعمل واللعب والأسرة والعلاقات الاقتصادية.

أما بخصوص استخدامات الإنترنت من قبل المؤسسات الإعلامية الأخرى فقد شــهدت السنوات الماضية تزايداً كبيراً في التحول الإلكتروني للصحف حيث تضاعفت أعداد الصحف الإلكترونية (الصحف ذات الطبعات الإلكترونية). فقد شهد عقد التسعينيات زيادة سنوية فــي أعداد الصحف والمجلات التي اتخذت لها مواقعاً على الشبكة العنكبوتية (www). فقد قــدر لاى (Li,1998) أن ثلاثة أرباع الصحف الأمريكية قد صدرت بطبعات إلكترونية وأن حوالي أربعة آلاف صحيفة دولية ذهبت إلى نفس الاتجاه. ويرر هــوفجز (Hoefges,1998) هــذا الاندفاع نحو تأسيس مواقع للصحف على شبكة الإنترنت إلى الانخفاض في توزيع الــصحف ومحاولة القائمين على تلك الصحف اللحاق بركب التكنولوجيا الجديدة.

وربما بموضوعية أكثر يرى سنجر (Singer,1997) أن تحول الصحافة نحو الطبعات الإلكترونية بأعداد كبيرة يأتي في تحرك هجومي ودفاعي في نفس الوقت. فيرى أن الصحف تنظر إلى أن التكنولوجيا الجديدة قد فتحت آفاقاً جديدة للتواصل مع القراء عبر أقنية ووســائل جديدة. وفي نفس الوقت يرى سنجر أن هذا التحول يعد بمثابة محاولة دفاعية مــن القــائمين على الصحافة إلى استعادة المفقود من قرائهم المعتادين لطبعاتهم الورقية.

وقد أكد كارتز katz وهو أحد رواد مدخل الاستخدامات والاشــباعات أن اســتخدام وسائل الاتصال يتضح بصورة واضحة حينما توجه اهتمامنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل،

لا حينما نهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور، حيث يسعى مدخل الاستخدامات والاشباعات إلى تحقيق الأهداف الآتية (Sanjit, 2007: 45):

١- معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام على افتراض أنه جمهور نشط يختار ويستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته.

٢- معرفة دوافع الجمهور المراد إشباعها من خلال وسائل الإعلام أو وسيلة معينة.

٣- الحصول على نتائج تساعد في الفهم الأعمق لعملية الاتصال.

ويعتمد مدخل الاستخدامات والاشباعات على الفروض الآتية (Katz, 1974: 510):

١- أن جمهور المتلقين هو جمهور ايجابي نشط في استخدامه لوسائل الإعلام، وهو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة يحددها الأفراد.

٢- يملك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

٣- تختلف درجة إشباع الحاجات المختلفة وفقاً لاختلاف وسائل الإعلام.

٤- أن الجمهور وحده القادر على تقدير وتحديد حاجاته واهتماماته، وبالتالي يختار الوسائل والمضامين التي تشبع هذه الاحتياجات.

٥- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في أي مجتمع من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة، وليس من خلال محتوى الوسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

وتنقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما (عبد العزيز، ١٩٩٩: ١٣٢):

١- دوافع نفعية (Instrumental Motives) معرفية: وتعني التعرض لوسيلة معينة ومضمون معين بهدف إشباع الحاجات من المعلومات والمعرفة لتحقيق منفعة شخصية تتمثل

في الحصول على المعارف المتنوعة في مجالاتها، وكذلك دوافع اجتماعية تتمثل في السعي إلى إقامة علاقات اجتماعية مع أشخاص جدد، والحرص على التواصل والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء فضلاً عن حرية التعبير عن الرأي في الموضوعات والقضايا والتخلص من الشعور بالعزلة الاجتماعية.

٢- دوافع طقوسية (Ritualized Motives) وتعني التعرض للوسيلة بغض النظر عن المضمون بهدف تمضيه الوقت والتسلية والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات اليومية.

أما الاشباعات فتقسم إلى (Sanjit, 2007: 44):

<u>١- اشباعات المحتوى **Content Gratifications**</u>

وتنتج من التعرض لمحتوى وسائل الاتصال وينتج عنها نوعان من الاشباعات كالتالي:

أ- الاشباعات التوجيهية Orientation Gratifications : ويقصد بها الحصول على المعلومات وتأكيد الذات وزيادة المعرفة ومراقبة البيئة وهي ترتبط بكثافة التعرض، والاهتمام والاعتماد على وسائل الاتصال.

ب- الاشباعات الاجتماعية Social Gratifications : ويقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية، حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم من خلال تحقيق إشباع مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين.

ج- اشباعات عملية Process Gratifications : وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل.

**٢- اشباعات المضمون وتنقسم إلى:**

أ- الاشباعات شبه التوجيهية Para Orientation، وهي التي تشمل حصول المتلقي على الشعور بالراحة والسعادة والاسترخاء وتمضيه الوقت نتيجة التعرض للوسيلة.

ب- الاشباعات شبه الاجتماعية Para Social، وهي التي تشمل انـدماج المتلقـي وتأثره بالشخصيات التي يشاهدها والتخلص من الشعور بالوحدة والحصول على صحبة بديلة، والتحرر العاطفي وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

وطبقاً لنظرية الاستخدامات والاشباعات ثمة اشباعات عدة تحققها وسـائل الإعـلام لجمهورها كاشباعات المحتوى التي تعرضها هذه الوسائل، وإشباعات العملية الاتصالية عبر الحصول على المعلومات والتسلية وقضاء وقت الفراغ والهروب، وإشباع حاجـات التفاعـل الاجتماعي والإثارة، ومعرفة ما يفعل الناس في المواقف المختلفة.

كذلك عن طريق هذه النظرية فإننا نستطيع تفسير التغير في سلوك استخدام وسـائل الاتصال نحو تبني تكنولوجيا الانترنت الجديدة، التي تمكن الجمهور من إشباع احتياجاته ولا سيما أن الجمهور يستخدم الانترنت للاسترخاء والتسلية وقضاء الوقت، أو الحـصول علـى المعلومات، وهي الاشباعات ذاتها، التي كانت تحققها، ولا تزال وسائل الإعلام التقليدية ولكن بدرجة أقل الخاصة (التل، ١٩٨٧: ١٤٦).

**مصطلحات ومفاهيم الدراسة:**

- **الصحافة** هي "فن تسجيل الوقائع اليومية وانتظام وذوق سليم الاستجابة لرغبات الرأي العام وتوجيه الاهتمام بالجماعات البشرية وتناقل أخبارها". وعرفت المادة الثانية قانون

المطبوعات والنشر لعام ١٩٩٨ الصحافة، بأنها مهنة إعداد المطبوعات الصحفية وإصدارها وإذاعتها (بطارسة،٢٠٠٦:ص ١٥٦).

- **الصحافة الورقية:** "هي عبارة عن إصدار يحوي على أخبار ومعلومات وإعلانات تطبع على ورق زهيد الثمن عادة".(عليان، ٢٠١٠، ص٢٦٧).
- **الصحافة الالكترونية:** "هي جمع وإعداد وتحرير الأخبار، وفق كتابة مصممة للانترنت وبثها عبر الأقمار الصناعية وكيبلات الاتصال، وهي الصحافة الممارسة على شبكة الانترنت"(الدليمي،٢٠١١: ص١١٨).
- **الصحف اليومية الأردنية:** ويقصد بها الباحث الصحف الورقية أو المطبوعة والتي تصدر يوميا بشكل منظمة في الأردن، سواء كانت ملكيتها (عامة، خاصة).
- **دوافع التعرض:** ويقصد بها الباحث، تلك الأسباب التي تدعو الجمهور الأردني لاستخدام الصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بزيارة مواقع هذه الصحف على شبكة الانترنت.
- **شبكة الإنترنت:** وهي الشبكة شبكة اتصالات عالمية تسمح بتبادل المعلومات بين شبكات أصغر تتصل من خلالها الحواسيب حول العالم. تعمل وفق أنظمة محددة ويعرف بالبروتوكول الموحد وهو بروتوكول إنترنت.

**الدراسات السابقة**

قام الباحث بالاطّلاع على الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع الدراسة، فقد تم الحصول على مجموعة من الدراسات، وفيما يأتي عرضاً لهذه الدراسات وفقا لتسلسلها الزمني من الأحدث إلى الأقدم:

**الدراسات العربية:**

**دراسة المطيري، حماد (٢٠١١)، بعنوان "اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الالكترونية والصحافة الورقية".** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية، واعتمدت على المنهج المسحي المقارن، وقد تم اختيار العينة من مجتمع الدراسة بطريقة العينة العشوائية، حيث بلغ حجم العينة (٤٢٠) مفردة من طلبة جامعتي الكويت، وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا، وخلصت الدراسة أن المنزل هو المكان المفضل للإطلاع على الصحف الورقية، حيث تتوفر كل مقومات الراحة والهدوء والوقت الكافي للمطالعة، بينما بلغت نسبة من يطالع الصحافة الورقية الكويتية نتيجة التنافس الكبير بينها وبين الصحف الالكترونية، ويرى أفراد العينة أن مستوى مستقبل الصحافة الإلكترونية كان متوسطاً. كما انتهت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجالات دوافع وأسباب قراءة الصحافة الالكترونية بالنسبة لمتغير الجنس لصالح الذكور.

**دراسة الخطيب، أحمد (٢٠١١)، بعنوان "الصحافة الورقية بين الاندثار والاستمرار،** هدفت الدراسة إلى بيان نتائج الاستخدام والتعرض للصحافة الورقية من قبل الصحفيين والإعلاميين الأردنيين، ودوافعهم في ذلك، وانعكاس هذا التعرض على مستقبل الصحف الالكترونية. وقد خلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إن أهم دوافع تعرض الصحفيين والإعلاميين للصحافة الورقية كان دافع الوقوف على آخر الأخبار، كما توصلت الدراسة إن أهم مميزات الصحافة في كونها بالعلاقة القوية بينها وبين القارئ ولسنوات طويلة، وذلك حسب ما أفاد به ما نسبته (٨٧,٩%) من أفراد العينة. وأظهرت الدراسة أن الصحافة اليومية ملائمة لأفراد عينة الدراسة بنسبة بلغت (٩٠,٥%).

دراسة العنانزة ودرويش (٢٠٠٩) بعنوان: **أنماط ودوافع تعرض طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية الأردنية المطبوعة الصادرة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الإنترنت**، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط ودوافع طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف الأردنية اليومية المطبوعة الصادرة باللغة العربية سواء في شكلها الورقي المطبوع أو من خلال زيارة مواقعها على الانترنت. أجريت الدراسة على عينة من طلاب كلية الإعلام تمثلت في ١٧١ مفردة وهو ما يعادل ثلث مجتمع الدراسة. تم استخدام نظرية الاستخدامات والاشباعات في هذه الدراسة للتعرف على نوعية الاشباعات التي تحققها قراءة الصحف أو زيارة مواقع هذه الصحف للطلاب. وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ٧٨,٩% من الطلاب يزورون مواقع هذه الصحف مقارنة بـ ٧٢,٥% يقومون بقراءة هذه الصحف في شكلها الورقي وأن زيارة مواقع هذه الصحف قد أثرت بالفعل على شراء الصحف المطبوعة، وأظهرت النتائج أن نسبة ٧٢,٥% من الطلاب عينة الدراسة يقومون بقراءة الصحف المطبوعة مقارنة بنسبة ٧٨,٩% يزورون مواقع هذه الصحف على الانترنت. وأن زيارة مواقع الصحف تستحوذ على نسبة أكبر من قراءة هذه الصحف المطبوعة، وأظهرت النتائج أن صحيفة الرأي تأتي في المرتبة الأولى من حيث نسبة قراءة الطلبة لها في شكلها المطبوع بنسبة ٥٣,٨%، وأظهرت أيضا أن نسبة ٢١,١% لا تشتري الصحيفة بواقع ٣٦ مفردة وهذا يعني أن نسبة ٧٨,٩% فقط هي التي تشتري الصحف بواقع ١٣٥ مفردة. وأن نسبة ٥٠,٤% ترى أن زيارة مواقع الصحف قد قللت من قراءة الصحف المطبوعة وتبين أن نسبة ٦٣,٧% من عينة الدراسة لم تعد تقوم بشراء الصحيفة المطبوعة كما كانت تفعل قبل اعتياد زيارة هذه المواقع، وأن نسبة ٤٦,٨% من الطلاب تواجههم صعوبات في الحصول على الصحف اليومية المطبوعة تمثلت في أنها لا تصل إلى المكان الذي يعيشون فيه ٢٦,٩% أو أنها تصل

في أوقات متأخرة ٨,٢% وأن سعرها بنسبة ١,٨%. كما تبين أن الاشباعات الخاصة بقراءة الصحف أو زيارة مواقعها لا تختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية وتبين أن درجة إجادة الكمبيوتر تؤثر على معدل زيارة الطلاب لمواقع الصحف.

**دراسة الرجاني، عبير، بعنوان "استخدمت الصحافة الالكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن.** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام الصحفيين والإعلاميين للصحافة الالكترونية، ودوافع تعرضهم لها، والتعرف على مزايا الصحافة الالكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية في الدولة الأردنية من وجهة نظرهم. وتكون مجتمع الدراسة من (٥٠٠) مفردة من العاملين في مجال الأخبار في صحف (الرأي، الدستور، الغد، العرب اليوم، ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون)، وقد تكونت عينة الدراسة من (٢٥٠) مفردة من مجتمع الدراسة، تم تقسيمهم مناصفة بين الذكور والإناث. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وذلك باستخدام منهج المسح بالعينة وتطبيقه على عينة الدراسة. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الصحفيين والإعلاميين يستخدمون الصحافة الالكترونية يوميا أكثر من خمس سنوات، ويتعرضون لها في العمل حسب الظروف، وأثناء النهار، كمؤشر لمتابعة الأخبار، ويفضلون الصحف العربية المنشورة على المواقع باللغة العربية. واحتلت الصحافة الالكترونية الترتيب الأول كأفضل وسيلة في الحصول على الأخبار لدى أفراد عينة الدراسة، تلتها في الترتيب الثاني الصحف الورقية المطبوعة. وأظهرت نتائج الدراسة أن دوافع التعرض للصحافة الالكترونية كانت دوافع نفعية تتمثل بالمعرفة. وتمتاز الصحافة الالكترونية على الصحف الورقية بإمكانية التحديث المستمر والمباشر في نقل الأخبار، بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد. كما سهلت الصحافة الالكترونية المشاركة في

طرح الآراء، وأثرت على الصحف الورقية باتساع حرية الرأي والتعبير، ولم تؤدي إلى انخفاض عدد قراء الصحف الورقية اليومية في الأردن.

**دراسة العكسر والشهري (٢٠٠٣): بعنوان "اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة في عصر الإنترنت".** هدفت الدراسة إلى استشراف مستقبل الصحافة المطبوعة في السعودية في عصر الانترنت من وجهة نظر الصحفيين السعوديين العاملين بالصحف السعودية المطبوعة ذات الطبعات الالكترونية، ومن أهم نتائج الدراسة: أن الصحفيين السعوديين أفراد عينة الدراسة، يتبنون اتجاهات ايجابية نحو قدرة الصحافة المطبوعة في جانبي الانتشار واستقطاب المعلنين بشكل اكبر من الصحف الالكترونية، وقدرتها أيضا على مواجهة المنافسة التي تشكلها التقنيات الحديثة والانترنت. وقد توصلت الدراسة إلى قدرة الصحف السعودية المطبوعة ليس فقط الإبقاء على قرائها بل واستقطاب قراء جدد.

**الدراسات الأجنبية:**

**دراسة ( Flavian and Requel Gurrea)، (٢٠٠٦) بعنوان " تحليل سلوك زيارة مواقع الصحف على الانترنت مقارنة بالإطلاع على الصحف الورقية".** هدفت الدراسة إلى تحليل سلوك زيارة مواقع الصحف على الانترنت مقارنة بالإطلاع على الصحف الورقية المطبوعة، وبلغت عينة الدراسة (٢٥٣) مفردة، وخلصت الدراسة إلى أن القراءة للحصول على معلومات وأحداث محددة والإطلاع على آخر الإخبار كان له تأثير ايجابي قراءة الصحف على الانترنت من قبل أفراد عينة الدراسة، كما انتهت الدراسة إلى عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عندما تكون القراءة لأغراض التسلية أو الترفيه.

**دراسة (Alshehri and Gunter)، (٢٠٠٢) بعنوان " سوق الصحف الالكترونية في العالم العربي".** هدفت هذه الدراسة إلى الحصول على معلومات وبيانات أساسية حول قراء

الصحف الالكترونية، والتعرف على آراء القراء في هذه الاصدرات الالكترونية، ومدى رضاهم عن الخدمات التي تقدمها، بهدف توصيف وضع السوق العربي أمام هذه المطبوعات، حيث أجرى الباحثان مسح الكتروني، وأظهرت النتائج: وجود ضعف في البيئة التحتية والأساسية لشبكات الاتصالات، إضافة إلى بعض العوائق الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي أدت إلى تأخير الاستفادة من الانترنت. وجدت الدراسة أن الصحف العربية الورقية قد انتهت إلى انه من غير الممكن تجاهل شبكة الانترنت بالرغم من غياب التخطيط الواضح ودراسة الجدوى، وعدم وضوح مستقبل الصحافة الالكترونية. وأظهرت نتائج الدراسة إن اغلب قراء الصحف الالكترونية كانوا من الشباب وتحديدا من الذكور، كما كشفت الدراسة إلى أن ما يزيد على نصف العينة يقرون بأنهم يتصفحون الصحف الالكترونية بشكل يومي، حيث يعزو قراء الصحف الالكترونية سبب رضاهم وإقبالهم على الصحف الالكترونية إلى أسباب عدة، أهمها (متوفرة طوال اليوم، لا تحتاج إلى دفع رسوم، إمكانية متابعتها من أي مكان وفي أي وقت).

**نوع الدراسة:**

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية والتي تستهدف دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، أشكالها، وعلاقاتها والعوامل المؤثرة فيها، كما يقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدد فترات، وذلك بهدف التعرف على الظاهرة أو التحدث من حيث المحتوى والمضمون إلى الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.

**منهجية الدراسة:**

اتبع الباحث المنهج المسحي لقياس أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت.

**مجتمع الدراسة:**

تكون مجتمع الدراسة من الجمهور الأردني فوق (١٨) سنة الذين يستخدمون الصحف اليومية الورقية الأردنية، أو مستخدمو في نفس التوقيت المواقع الإلكترونية لهذه الصحف أو الاثنين معاً.

**عينة الدراسة:**

تكونت عينة الدراسة من (٢٠٠) فرد من الجمهور الأردني، وتم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة وهي عينة عمدية يصعب تعميم نتائجها، وقد تم اختيار أفراد هذه العينة من جمهور قراء الصحف في مدينة إربد، لأنها تمثل كافة مجتمع الدراسة.

# الفصل الثاني

## الإطار النظري للدراسة

يتكون هذا الفصل من ثلاث مباحث هي:

المبحث الأول: الصحف الورقية الأردنية

المبحث الثاني: استخدامات الإنترنت كصحف إلكترونية

المبحث الثالث: أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية مقارنة بمواقعها على شبكة الإنترنت

## المبحث الأول: الصحف الورقية الأردنية

### المقدمة:

لقد انطلقت المرتكزات التي قامت عليها الدولة الأردنية في الأساس من الشعارات الطموحة التي طرحتها ثورة العرب الكبرى في العصر الحديث، وهي أفكار الوحدة والحرية والاستقلال.

ولقد عملت الصحافة الأردنية في مسيرتها عبر سبعين عاماً ونيف- أي منذ بدايتها الأولى عام ١٩٢٠ على الدعوة إلى الوحدة الوطنية والعربية القومية، أو من خلال النّضال في سبيل القضية الفلسطينية، أو مناجزة المستعمر، والدعوة إلى الحرية والاستقلال، لذا فإن ما تبقى من موضوعات أخرى طرحتها الصحافة، أو تصدت لها وعالجتها، كان منصباً على تفاصيل ذات صلة بالمرتكزات الأولى، كمحاربة التجزئة والانتداب، والدعوة إلى تحرير النفس، وتسليط الضوء ولو بصوت خفيض أحياناً على محاربة الفساد والمحسوبية، ولأمور أخرى ذات صلة بالغلاء، ونقص الخدمات العامة والبطالة، والهدف هو تعزيز الاستقلال وتعميق الوحدة واللحمة الاجتماعية، وتفعيل التنمية وتحقيق العدالة الاجتماعية، وعلى الصعيد القومي، تحقيق الوحدة العربية، وإيضاح وجهة نظر الأردن، والدفاع عن مواقفه ومنطلقاته (الموسى، ١٩٩٧: ص١٣).

ولقد هيأ المناخ العام الذي ساد في الأردن منذ تأسيسه، الطريق أمام الصحافة لتنمو إدارياً برعاية الدولة، وذلك اعترافاً بخطورة دورها وأثرها على الرأي العام ونتيجة لتلك الرعاية، والمتابعة من خلال القوانين، ظهرت صحافة موالية نمت من بدايات متواضعة جداً، إلى صحافة مؤسسية، وفي فترات أخرى، إلى صحافة تعددية أو معارضة تسعى لتمثيل أطياف المجتمع كافة، وقد بقيت الصحافة الأردنية غالبية هذه السنوات ملكاً بيد القطاع الخاص،

وأحيانا مختلطة الملكية (للقطاع العام والخاص) تعمل ضمن القوانين الموضوعة، محققة بذلك حداً أدنى من التوازن في الحياة العامة لا يرقى بأية حال إلى مستوى السلطة الرابعة التي ظلت تطمح للوصول إليه، وفي مقابل ذلك بقيت وسائل الاتصال الإلكترونية (الإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء) مملوكة من الدولة، ناطقة بوجهة نظر الرسمية.

**مستقبل الصحيفة الورقية:**

لم يعد حصاد «اليوم» وحدة الصحيفة الزمنية، فالصحيفة اليومية الورقية ليس في مقدورها منافسة سرعة المواقع الإلكترونية والراديوات والتلفزيونات، وأخبار كبرى خوادم الإنترنت في نقل الأخبار.والعوامل وراء أزمة الصحافة الورقية ومشارفتها على لفظ أنفاسها الأخيرة، كثيرة ومركبة، ومنها الابتكارات التكنولوجية وتطور المجتمعات. وبرزت بعض «الحلول» المبسطة، على غرار الاستغناء عن النسخة الورقية ونقل المحتوى كله إلى موقع الصحيفة الإلكتروني الذي لا ينقطع سيل الإقبال عليه وقد يكون مجزياً. ومن الحلول المبسطة كذلك الإبقاء على النسخة الورقية وتجريدها من الصفحات المخصصة «للأخبار الساخنة» التي بلغت مسامع الناس، ونقل هذه الصفحات الخبرية إلى الموقع الإلكتروني: وعلى الشبكة تكتمل الصحيفة، فتجمع الأخبار إلى التحقيقات والمقالات النقدية، بينما محتوى النسخة الورقية يُبتر وتبرز المقالات المعمّقة والتعليقات والتحقيقات(نحاس، ٢٠١٣: ١).

ولكن مثل هذه الحلول واهمة وفي غير محلها، وتقوض على الأمد الطويل الصحيفة اليومية التي تفقد صفتها اليومية مع حذف محتواها «الساخن»، وتصير أقرب إلى كتاب «بارد» المحتوى. والتذرع بأنّ النّاس سيقرأون الجريدة الإلكترونية، إلى التفريط بالنسخة الورقية، يخالف التطور التكنولوجي الذي يحيل إلى المتحف ما كان قبل أشهر قليلة علامة

الجدة والأحدث. وما لا شك فيه أنّ اللوح الإلكتروني سينضم إلى لائحة الأشياء القديمة، ويلقى مصير الأسطوانة أو جهاز «مينيتل» وهو جهاز يقدم خدمة على الخط مبنية على فيديوتكس يمكن الولوج إليها عبر خطوط الهاتف. تعتبر هذه الخدمة من أنجح الخدمات على الخط التي سبقت الويب. مكنت الخدمة مستخدميها من تنفيذ عمليات الشراء، وحجوزات القطارات، الإطلاع على أسهم البورصة، البحث في دليل الهاتف، والدردشة بطريقة مشابهة للدردشة التي تتم الآن عبر الإنترنت. ولكن الحل الناجع لا يقتضي إلغاء الأخبار» الساخنة» من النسخة الورقية أو الاستغناء عن هذه، بل صوغ تعريف جديد لمفهوم «الأخبار». ولا يخفى أن لا أحد اليوم في منأى من سيل الأخبار المتواصلة وكل شخص في وسعه بلوغ المعلومات، ولكن التمييز بين الاطلاع على خبر وفهمه واجب، والفرق شاسع بينهما، فالفهم هو صنو إدراك العوامل التي ينسج من اجتماعها الواقع، وشرح طرق شبك المعلومات ومكامن ضعفها وقوتها، وتحليل علاقات التشابه أو الاختلاف، ورصد العلاقات السببية بين العناصر واستباق النتائج على اختلاف أنواعها. وأوجه الشبه بين الشرح والجيولوجيا كبير، فهو يميط اللثام عن طبقات الحادثة وظروفها وسياقها، ولكن الاطلاع السطحي على الخبر هو جمع لمعلومات من كل حدب وصوب من غير رابط (نحاس، ٢٠١٣: ١).

وليس في مقدور صحيفة كبيرة التخفف من دور الفهم، فهي تقدم نفسها على أنها تاريخ (تاريخها وتاريخ قرائها) ومكان (سطح وعمق)، وحيز ثقافي له نظامه وتراتبيته و«عوالمه» السياسية والعلمية والاجتماعية والبيئية والعلمية والكتبية والموسيقية والرياضية...، وحيز مطبعي يستند إلى نموذج الصحيفة وتوزيعها المواد وسياستها وإبراز المقالة وإرفاقها بصورة وانتخاب العناوين وإبراز المعنى... وأدوات المعلومات والتواصل على الشبكة تغرق في

اللحظة وتعلي شأن السرعة وغياب الوقت: التغريدات تقصر على ١٤٠ حرفاً، وهـي رمـز إمبراطورية السرعة. وإذا تخلت الصحافة المكتوبة عن «نفسها الطويل»، أي الأناة، وحاكت وتيرة الإنترنت ولهاثه، سارت إلى حتفها. والصحيفة المبتورة هي صـحيفة معتلـة تتحـول قصاصات من أخبار وكالات الأنباء(نحاس، ٢٠١٣: ١).

ويأتي الصحيفة في نقل أصداء وسائل الاتصالات والتغريدات الفورية ففي الـصحيفة فريق عمل عالي التخصص في مجالات مختلفة يستبق وقوع الحادثـة مـن طريـق رصـد المؤشرات إليها وترجيح مترتبات الحوادث سواء كانت اجتماعية أو انفعالية أو اقتـصادية أو ثقافية أو سياسية... وأثرها البالغ الذي يؤذن بتغيير أو منعطف أو بقاء الأمور علـى حالهـا. والصحيفة هي جسم «ثقافي جمعي» غير متجانس أو متراص على نحو ما هي حال الأحزاب التي تدافع عن «خط» سياسي، بل جسم تجمعه قيم أخلاقية وسياسية وأخلاق مهنية واحـدة و «رؤية (مشتركة) إلى العالم» تقر بالتعددية وإرادة جعل معنى الواقع المركـب فـي متنـاول القارئ. وعلى خلاف متصفحي الإنترنت الذين ينتقلون من عنوان إلى آخر، توجه الـصحيفة القارئ وتجنبه تضييع الوقت وتحفزه على الاطلاع المعمق على موضوع مهمل. والقـارئ إذ يشتري صحيفة يشهر اشتراكه معها بذاكرة جماعية وتاريخ مثير للجدل ولكنه مجبـول مـن نسيج آراء مختلفة وقيم وخيارات سياسية (نحاس، ٢٠١٣: ١).

**أهم الصحف الورقية الأردنية:**

يمثل بدايات قرن العشرينات بداية نشأة الصحافة الأردنية، وفي هذا العقد، ركزت مضامين الصحف في أخبارها، وتعليقاتها، ومقالاتها، على مواضيع محاربة الاستعمار الأجنبي، والانتداب والصهيونية، ومحاربة قرارات كبت الحريات، والمناداة بالديمقراطية،

ورفضت المحسوبية والرشوة والفساد الأخلاقي، والإقليمية، ودعت إلى التغيير والحداثة والتنمية، مضامين الصحف حول موضوعات رئيسة ثلاث هي: السياسة، وقضايا الناس الخدمية، والآداب (عبيدات، ٢٠٠٠، : ٤٤).

وتعد صحيفة (الحق يعلو) أول صحيفة أردنية، أصدرها الأمير عبد الله بن الحسين عند قدومه من الحجار في معان، تولى تحريرها محمد الآنسي، وعبد اللطيف شاكر، وكان شعارها (جريدة عربية ثورية)، وكتب تحت عنوانها : (الحق يعلو ولا يعلى عليه)، وكانت تصدر مرة في الأسبوع، وتضم أبياتاً شعرية منسوبة للأمير عبد الله، صدر منها أربعة أعداد في معان، وعددان في عمان، ثم توقفت عن الصدور. (حجي، ٢٠٠٢: ٣٩)

وبخصوص دورية الصدور، للصحف الأردنية الصادرة خلال العشرينات كانت محدودة جداً، وصعبة، بسبب الأحوال الاقتصادية، والأمنية آنذاك، فالبعض توقف نتيجة للعجز في التمويل، والبعض الآخر توقف لأسباب غير معروفة، وأخرى بسبب موقف سلطات الانتداب البريطاني المعادي للحركة الفكرية في الصحافة، وأن هذه المرحلة تميزت بنوع من التخلف الثقافي، والاقتصادي الذي تركه الحكم العثماني في المنطقة، مما أدى إلى وجود عدد قليل من القراء وأيضاً عدد محدود من حملة الأقلام. (شريم، ١٩٨٤م).

ومن أبرز المطبوعات الصادرة: صحيفة الحق يعلو، ١٩٢٠، وصحيفة الشرق العربي، ١٩٢٣، وجريدة الأردن، ١٩٢٣، ومجلة الحمامة، ١٩٢٣، وجريدة الشريعة، ١٩٢٧، وجريدة جزيرة العرب، وجريدة صدى العرب، ١٩٢٧. (عبيدات، ٢٠٠٠).

تزامن من بداية الألفية استلام جلالة الملك عبد الله الثاني لسلطاته الدستورية، وقد أولى الصحافة والإعلام في بلدة اهتماماً بالغاً، ففي تصريح له أعلن أن حرية الصحافة والإعلام حدها السماء، ليكون دستوراً لكل صاحب قلم ويتوق للحرية، وقد فرض على هذه المرحلة

التطور التكنولوجي واتساع مصادر المعلومات، مما أفقد الحكومات السيطرة على هذه المصادر، ولم يكن أي خيار آخر سوى إطلاق الحريات، والحد من القوانين العرفية المقيدة لحرية الصحافة والإعلام.

ومن أهم الصحف التي تصدر وتتصدر السوق الأردني: صحيفة الرأي، صحيفة الغد، وصحيفة العرب اليوم، وصحيفة الدستور.

١. **صحيفة الرأي**: صدرت جريدة الرأي في ١٩٧١/٦/٢م عن المؤسسة الصحفية الأردنية، وفي عام ١٩٨٦م، أصدرت الحكومة قراراً بتوسيع ملكية شركة المؤسسة الصحفية الأردنية اعتباراً من مطلع ذلك العام، وبموجب القرار تم إعادة توزيع الأسهم فامتلكت المؤسسة الأردنية للاستثمار ١٥%، ومؤسسو الصحيفة ٣٥%، وطرح ٢٥% للاكتتاب العام، وتمتلك مؤسسة الضمان الاجتماعي ٤٥,٩% من الأسهم (عبيدات، وآخرون، ٢٠٠٣، ص ٢٦٠). (ويرى دارسو الصحافة الأردنية أن صحيفة الرأي اليومية شاهد حي على تطور الصحافة من حيث الشكل الفني والإخراج والمضمون والتطور الطبعي والتقنيات المستخدمة في الأردن منذ عام ١٩٧١م ولغاية عام ٢٠٠٠م) (عبيدات، وآخرون، ٢٠٠٣، ص ٣٦).

والرأي صحيفة يومية منتظمة تصدر عن المؤسسة الصحفية الأردنية وتعد ثاني صحيفة شبه رسمية تنطق باسم الحكومة حيث كانت صحيفة الشرق العربي هي الأولى ونتيجة للدعايات الإعلامية الكثيفة التي جاءت عبر وسائل إعلامية وصحيفة للرد على هذه المهاجمات الإعلامية فتم إصدار أول أعدادها في تاريخ ٢ حزيران ١٩٧١م (الموسى، ١٩٩٨م، ص ١٤٧-١٤٨).

وبعد إنشاء حزب الاتحاد الوطني العربي عام ١٩٧١م الذي كان تنظيماً رسمياً للدولة، انتقلت ملكية المؤسسة الصحفية الأردنية (الرأي) إلى الحزب لتصبح بذلك الناطق باسمه (عبيدات، ٢٠٠٣، ص ٢٦٠).

ثم ما لبثت أن عادت الحكومة من جديد لتأخذ حصة بما يعادل الـ ١٥% عام ١٩٨٦م، وبعد ذلك زودت حصتها في العام ١٩٨٩م لتبلغ ٤٥,٩% من الأسهم حيث باعتها إلى المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي، الحكومة أيضاً، ثم تملكت فيما بعد ٦٦% من الأسهم بما يعادل ثلثي مقاعد مجلس الإدارة (القضاة، ٢٠٠٨، ص ٢٢٢).

وقد شهدت الرأي بعض التغيرات الإدارية، حيث تسلم السيد عبد السلام الطراونة رئاسة مجلس إدارة الرأي خلفاً للسيد محمود الكايد، ثم تولى الدكتور خالد الكركي مهام هذا المنصب عام ١٩٩٩م خلفاً للسيد الطراونة، وتعتبر مطابع مؤسسة الصحيفة الأردنية إحدى أكبر وأهم المطابع الصحيفة في الأردن في الوقت الحاضر، فقد قامت بتحديث معداته الطباعية في العامين ١٩٩٣م و ١٩٩٤م وبدأت الرأي تطبع اعتبار من ٣- ٩- ١٩٩٤م ماكنة الطباعة الجديدة من نوع Man Plamag Uniset التي استغرق تركيبها وتجهيزها وتجربتها حوالي ثلاثة اشهر. (أبو عرجة،٢٠٠٠ ص ٦٧).

في بداية شهر نيسان ١٩٩٦ تم ربط جريدة الرأي الأردنية مع شبكة الانترنت العالمية، كما تم ربط جريدة "الجوردن تايمز The Jordan Times" بشبكة الانترنت العالمية في بداية شهر تشرين الأول من عام ١٩٩٦م، وقد حققت الصحيفتان نجاحاً هائلاً في تقديم رسالة أردنية عربية يومية ذات مصداقية لجميع أنحاء العالم وفق أحدث الطرق الفنية. وكان الهدف من هذا الربط هو إيصال أبناء الأردن والجاليات العربية والمهتمين بأخبار الأردن السياسية والاقتصادية مع هاتين الصحيفتين، والوصول إلى أكبر عدد من القراء من مختلف الجنسيات

(العربية والأجنبية)، بعيداً عن تعقيدات الشحن لعدم انتظام الرحلات الجوية. وقد بلغ معدل زوار الرأي الالكتروني حوالي ٤٠ مليون زائر شهرياً خلال عام ٢٠٠٥ واستمر العدد في الارتفاع حيث بلغ معدل زواره ٥٠ مليون زائر مع نهاية ٢٠٠٧. ووفقاً لما ورد من موقع (صحافة) الالكتروني الدولي الذي يقوم بإجراء إحصائيات عن أكثر المواقع العربية الصحفية على الانترنت التي تزار من قبل القراء، فقد فازت جريدة الرأي الالكترونية بالمرتبة الأولى بين الصحف العربية اليومية الصادرة في جميع أنحاء العالم من حيث عدد قرائها. وقد منح موقع غوغل لقياس قوة المواقع موقع الرأي درجة ٦- ١٠، ويعتبر من المواقع الأقوى في العالم، كما يعد من أفضل ثلاثة مواقع عربية تنافس المركز الأول على مستوى المواقع الإعلامية العربية من حيث التطور وعدد زواره (القرالة، ٢٠٠٨).

٢. **صحيفة الغد:** مبكراً خطّت صحيفة الغد لنفسها طريقاً لتسير عليه، ولهذا أعدت العدة بالكفاءات والمعدات اللازمة لتبدأ بهذا المشروع، ويرى فؤاد أبو حجلة، رئيس تحرير الغد أن ولادة الغد كفكرة في أوائل الألفية الثالثة، لكي تكون صحيفة ليبرالية تضيف نكهة جديدة إلى الصحافة الأردنية، تم العمل على البدء بالمشروع عام ٢٠٠٣، حيث بدئ تجهيز الكادر المهني، والتعاقد مع الزملاء الصحفيين والصحفيات، وقد تزامن ذلك مع تجهيز مبنى الصحيفة بالأدوات والمعدات والأجهزة اللازمة، صدر العدد الأول من الغد في ٢٠٠٤/٨/١، ومنذ ذلك التاريخ واصلت صحيفة الغد صدورها بانتظام، ولم تتوقف إلى في العطل الرسمية التي تحتجب فيها الصحف عن الصدور. أما عن الأهداف التي تسعى إليها الغد فهي برأي رئاسة تحريرها، تهدف إلى تقديم الحقيقة، وتغطية الواقع بكل ايجابياته وسلبياته، وطرح التنوع الفكري والسياسي في المجتمع الأردني، كما وتهدف إلى تقديم نموذج ليبرالي للصحافة اليومية، والتشجيع على نشر التقنيات الجديدة في التواصل، بعد ذلك جزءاً من آليات الإعلام.

تعتمد الغد سياسة تحريرية وحريصة على الإلمام بكل ما يحدث في البلاد، ولا تستثنى أخباراً لاعتبارات سياسية أو فكرية، كما أنها لا تقدم أخباراً لهذا السبب فقط، كما أن السياسة التحريرية للصحيفة تحرص على استكمال نقل الخبر بكافة عناصره وتقديم رؤى ومواقف الأطراف التي يتعلق بها الخبر دون استثناء أي منها (أبو حجلة، ٢٠١١).

أما ما يميّز الغد عن الصحف الأردنية، أنها تقوم تقديم أنموذج أكثر حداثة من حيث الشكل. يقوم الموقع الإلكتروني www.alghad.net الخبر الطازج للقراء، ويختلف عن النسخة المطبوعة، بقدرته على الوصول إلى القراء من خارج الأردن، كما أنه يقدم منبراً متاحاً للقراء للتفاعل مع محتوى الصحيفة ومع القضايا العامة، وتعطي الصحيفة اهتماماً كبيراً لأراء القرّاء، ويتم نشرها ورقياً، وتحاول الغد أن تطبق الكثير من الاقتراحات والأفكار التي يقدمها القراء، لكن هذا لا يعني أنها تخضع لمفهوم شابك التذاكر، بمعنى أنها تمارس دورها التوعوي دون الرضوخ لانحيازات واضحة في الشارع. وتسعى الغد إلى تحويل الموقع الالكتروني، إلى موقع وتلفزيون وإذاعة، وهذا ممكن بشرياً وتقنياً، وهذا التحول ممكن أن يغني عن تحويل الصحيفة إلى صحيفة دولية، لصعوبتها من حيث كلفة الشحن والتوزيع (أبو حجلة، ٢٠١١).

وتعد جريدة الغد من أحدث الصحف اليومية الأردنية، والمستقلة من ناحية الملكية، حيث تأسست في الأول من آب عام ٢٠٠٤م، عن الشركة الأردنية المتحدة للصحافة والنشر برأس مال بلغ أربعة ملايين دينار، وبلغ عدد الموظفين عام ٢٠٠٤م (١٥٠) موظفاً، وتزايد هذا العدد خلال السنوات الماضية ليصبح عددهم (٣٥٠) موظفاً عام ٢٠٠٨. باشرت صحيفة الغد الالكترونية بالعمل عبر شبكة الانترنت في ٢٠٠٤/٨/١ حيث قامت بنقل جميع النصوص المطبوعة على صحيفة الغد الورقية إلى موقعها الالكتروني. وقد وجدت في بداياتها بعض

الصعوبات في كيفية المحافظة على هويتها وأسمها، ونوع وشكل وحجم الخبر وكيفية تحديث الخبر العاجل عبر الانترنت، وبثه بصورة فورية، عدا عن تعليقات الناس التي لم تسلم منها (أبو حجلة، ٢٠١١).

٣. **العرب اليوم:** صدرت صحيفة العرب اليوم وهي الجريدة الأردنية اليومية الرابعة التي تصدر باللغة العربية عام ١٩٩٧م، عن الدار الوطنية للصحافة برئاسة الدكتور رياض الحروب، وقد استقطبت عند صدورها عدد كبير من الكتاب والصحفيين الأردنيين، وحاولت أن تقدم أسلوب صحفياً مختلفاً في المعالجات الصحفية (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٧٠).

وتعد صحيفة العرب اليوم كما تطلق على نفسها صحيفة الرأي الآخر في الأردن، وهي أول صحيفة تدخل في حملات نقدية للسياسات الحكومية وتنشر أخباراً لسقف عال، وترفع شعار الإصلاح والحرية لوسائل الإعلام ومحاربة الفساد ودعم المواقف النقدية للحكومة، مع دورها في تغطية كامل النشاطات الحكومية (العدوان، ٢٠١٠).

وفجرت عدداً من القضايا الصحفية الهامة التي كان لها تأثيرات في الحياة السياسية والاجتماعية في المجتمع الأردني، ولكنها تعرضت عام ١٩٩٩م لبعض الخسائر المالية، الأمر الذي جعلها تعيد النظر في هيكلتها الإدارية والصحفية، فقد خرج منها عدد من المحررين الذين أسهموا في تأسيسها من أمثال (طاهر العدوان وصالح القلاب وموسى الحوامدة وخالد الزبيدي وآخرين غيرهم).

وقد أصدرت الدار الوطنية للصحافة جريدة يومية باللغة الانجليزية هي (العرب ديلي) ARAB DAILY برئاسة تحرير رمزي خوري، واضطرت للتوقف عن الصدور في نوفمبر ١٩٩٩م، وذكر ناشروها أنه توقف مؤقت بانتظار إعادة هيكلة الصحيفة على أسس جديدة، وذلك بعد تعرضها لخسارة مالية. (أبو عرجة، ٢٠٠٠ ،٧٠، ص٧١).

تأسس موقع صحيفة العرب اليوم الالكتروني في عام ٢٠٠١، وكان الهدف من إنشاء هذا الموقع هو إطلاع الجالية العربية والدول الأخرى على أخبار الصحيفة عبر الانترنت داخل وخارج الأردن (عبيدات، ٢٠٠٩).

٤. صحيفة الدستور: صدرت صحيفة الدستور عام ١٩٦٧م عن الشركة الأردنية للصحافة والنشر، أثر قرار دمج جريدتي المنار وفلسطين. وفي عام ١٩٨٦م تحولت الدستور إلى شركة (مساهمة عامة)، إذ طرحت أسهمها للاكتتاب العام، فاحتفظ المساهمون القدامى بنسبة ٣٥% وطرح ٢٥% للاكتتاب العام ومساهمون جدد ٤٠% (عبيدات، وآخرون، ٢٠٠٣، ص ٢٥٩).

وقد تحدثت الدستور عن ملامح التطور الذي شهدته منذ صدورها، وذلك بمناسبة صدور العدد (عشرة آلاف) بتاريخ ٢٨- ٦- ١٩٩٥م، لقد رسمت الدستور لنفسها خطاً اتسم بالاتزان والعقلانية، وابتعدت في تناولها للأحداث عن الإثارة والتهويل والتلاعب بمشاعر القارئ، وتركت المجال مفتوحاً أمام عقل القارئ للبحث والاستنتاج والتزود بالمعرفة والمعلومة الموثقة من مصادرها الرئيسية، وشأن الدستور شأن غيرها من المؤسسات الوطنية الكبرى، بدأت متواضعة بعدد قليل من الصفحات ولم يتجاوز ٨ صفحات، ثم أخذت مجهود الصحفيين وبعرقهم وبأعصابهم في التطور عام بعد آخر، وأخذت تطور نفسها ذاتياً وباستمرار في الشكل والمضمون وطريقة عرض الأحداث، وانتقلت من أسلوب الصف اليدوي، حيث كان تجمع الحروف إلى جانب بعضها البعض بطريقة تقليدية تأخذ جهداً كبيراً من خلال الصحفيين إلى أسلوب الصف الضوئي، حيث يتوالى الزملاء صف المواد على أجهزة غير متطورة، ثم تحول المواد بعد ذلك إلى قسم الإخراج ليتم توزيعها على الصفحات ومنتوجاتها بالوسائل التقليدية اليدوية، ثم قفزت (الدستور) قفزتها الكبرى بدخول عهد

الكمبيوتر المتطور، وتمر الصحفية حالياً بجميع مراحلها من صف وإخراج ومونتاج وتصوير وطباعة عبر قنوات الكمبيوتر (أبو عرجة ٢٠٠٠، ص ٦٢).

وتقوم الدستور حالياً باستقبال الصور التي تبثها الوكالات العالمية، والتي تشترك بها بواسطة (الستالايت) وعبر قنوات أجهزة الكمبيوتر، وكذلك تستقبل الأخبار والتحليلات التي تبثها الوكالات. (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٦٢).

وفي منتصف عام ١٩٨٦م قامت الحكومة الأردنية بتحويل الشركة الأردنية للصحافة والنشر التي تصدر (الدستور) من شركة عادية محدودة إلى شركة مساهمة عامة، وبموجب هذا الترتيب احتفظ المؤسسون القدامى بما نسبته ٣٥% من أسهم الشركة، ودخل مؤسسون جدد بما قيمته ٤٠% من الأسهم في حين طرح ٢٥% من الأسهم للاكتتاب العام. (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٦٣).

وفي ٢٥ آب ١٩٨٨م قامت الحكومة الأردنية بحل مجلس إدارة الدستور بموجب قرار لجنة الأمن الاقتصادي، وقامت بتعيين مجلس إدارة مؤقت، حيث تسلم عبد السلام الطراونة منصب رئيس التحرير المسؤول، وأصبح صالح الزعبي مديراً عام، وتوفيق كيوان مساعد للمدير العام.

وبعد عام من هذه الإجراءات أي في ١١ كانون الأول ١٩٨٨م بعد عودة الحياة البرلمانية للأردن، قامت الحكومة بإعادة مجلس الإدارة المنتخب السابق، فتسلم كامل الشريف رئاسة مجلس الإدارة، ومحمود الشريف نائب الرئيس ورئيس للتحرير، وبذلك عاد آل الشريف إلى تسلم زمام ملكية الدستور.

وتتحدث الدستور بزهو عن تاريخها الطويل ودورها في نهضة الصحافة الأردنية المعاصرة قائلة: (أن الدستور كانت وما تزل مدرسة بكل معنى الكلمة، تخرج منها معظم

الكتاب والصحفيين والعاملين في الصحافة الأردنية الآن، وأنها كانت الجريدة الأولى في الأردن التي التفت إلى أهمية استقطاب شبكة متكاملة من المراسلين في معظم عواصم العالم، وقد وصل عدد مراسلي الدستور في أركان المعمورة إلى ما يزيد عن ٣٠ مراسلاً. (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٦٣).

باشرت صحيفة الدستور الالكترونية العمل عبر موقعها الالكتروني، في حزيران عام ١٩٩٧. وكان موقعها هو أول موقع الكتروني للصحف العربية على مستوى العامل العربي، وأول موقع يقوم باستخدام النص العربي، وقد واجه عدة صعوبات من حيث طريقة الاتصالات التي كانت تتم من خلال استخدام (الفاكس مودم) عبر النت، وقد كانت تعليقات القراء تأتي من الدول الخارجية، بالإضافة إلى صعوبة التعامل مع المادة الإخبارية من حيث الشكل والنصوص، فقد كان الخير ينقل عن طريق الـ Image (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٦٣).

٥. **صحيفة الديار الأردنية:** تعود ملكية صحيفة الديار الأردنية إلى شركة البتراء للاستثمار الإعلامي، وقد تأسست عام ٢٠٠٣م، وهي جريدة يومية يرأس إدارتها المحامي النائب محمود الخرابشة، وموقعها على الشبكة الالكترونية (*www.aldeyarjo.net*).

٦. **صحيفة الأنباط الأردنية:** صحيفة الأنباط الأردنية هي صحيفة يومية مستقلة ذات القطع المتوسط، تصدر عن شركة الأنباط للصحافة والإعلام، وتوزعها شركة الأجنحة للتوزيع، تصدر في الأردن منذ العام ٢٠٠٥ يرأس تحريرها الدكتور رياض الحروب، ومديرها العام حسين الجغبير، ورئيس التحريري المسؤول فارس شرعان، وموقعها الالكتروني (http://www.*alanbat*.net).

## المبحث الثاني: استخدامات الإنترنت كصحف إلكترونية

### المقدمة:

أدى النمو المتزايد للثورة التكنولوجية الذي شهده العالم من خلال العقدين الماضيين، إلى خلق منافسات وتحديات كبيرة وبخاصة في مجاليّ الإعلام والاتصال بكل أبعادها وأحجامها، إلا أنّ العالم لم يستطع حتى الآن إيجاد وسائل كفيلة بالتحكم والسيطرة بشكل كامل على هذه التكنولوجيا الضخمة التي تمتاز بالتعقيد والتداخل بشكل كلي. وقد أدت هذه الثورة إلى تغيير عاداتنا وسلوكياتنا وأساليب معيشتنا، حيث جعلت إعلامنا العربي يتأرجح بين القيود المرتبطة بالسلطات، وبين التنافس الحر، وغياب قيود الرقابة في وسائل أخرى كشبكة الإنترنت، التي أصبحت أحد الانجازات الضخمة والقوية للثورة التكنولوجية، إذ سمحت شبكة الإنترنت بإصدار صحف متعددة ذات أبعاد وأحجام ومساحات مختلفة، مما أدى إلى تغيرات عديدة في مفهوم الأداء الصحفي، واستخدام قوالب صحفية مختلفة، تبدو أكثر قدرة على التعبير عن متطلبات العصر وإمكاناته، الأمر الذي جعل العاملين في مجال الصحافة والإعلام، يستيقظون من غفوتهم ويسرعون باللحاق بعجلة التنمية والتطور في عصر تفجرت فيه المعلومات (الرحباني، ٢٠٠٩: ص١).

وقد شهد العصر الحالي تسارعاً عظيماً في صناعة تكنولوجيا الاتصال وتطورها فقد شهد القرن تطور أجهزة الاتصال الإلكترونية، خاصة في مجال الإذاعة والتلفزة، والطباعة، والترانزستور، والكمبيوتر، والأقمار الصناعية، والإنترنت، والأقراص المدمجة. كما أتاحت الفرصة لاستعمالها واقتنائها على نطاق واسع، ولهذا يتحدث الباحثون عن ثورة الاتصال الثالثة، الإلكترونية الرقمية، التي يشهدها عصرنا الحديث باعتبار الثورة الرئيسية التي لعبت دوراً مؤثراً في حياة الإنسان بعد الثورة الصناعية (الموسى، ٢٠٠٩: ص٥٠).

وأتت الثورة التقنية وانصهارها مع الإعلام إلى جانب الكثير من الصحف إلى البيوت عبر كابلات الستلايت، وشبكة الإنترنت التي تنقلنا إلى اتصال مباشر مع أي مكان في العالم، بكمية لا تحصى من تبادل المعلومات (غريب، ٢٠٠١: ص٧٥).

**أنواع الصحافة الالكترونية:**

يلاحظ المتصفح لشبكة الانترنت اهتماماً متزايـداً فـي بنـاء المواقـع الالكترونيـة والمتنوعة المختلفة، وذلك يعود للطابع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الانترنـت، التـي أتاحت مجالاً واسعاً أمام العديد من الجهات الإعلامية وغير الإعلامية، لكي تمارس بنفـسها النشاط الصحفي بشكل أو بآخر. ويمكن لمستخدم الشبكة أن يجد مئات المواقع الشهيرة التابعة لأحزاب سياسية، ومنظمات محلية ودولية، وحركات سياسية وعسكرية، بل وحكومات ودول، إضافة إلى آلاف المواقع لمؤسسات إعلامية مختلفة الاهتمامات، سـواء أكانـت صـحفاً، أم إذاعات، أم محطات تلفزة، وجميعها يقدم خدمات صحفية متنوعة عبر هذه المواقع (تربـان، ٢٠٠٨، ص : ١١٧).

وتقسم الصحافة الالكترونية إلى ثلاثة أقسام وهي:

**أولاً: الصحف الالكترونية الكاملة:**

وهي صحف قائمة بذاتها كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم) ويتميـز هذا النوع من الصحف بما يلي : (تربان، ٢٠٠٨، ص: ١١٧ – ١١٨).

١- تقديم الخدمات الإعلامية والصحفية نفسها التي تقدمها الـصحيفة الورقيـة مـن أخبار، وتقارير، وأحداث، وصور.

٢- تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الـصحيفة الورقيـة تقديمـه، وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنت وتكنولوجيا النص الفائق (Hypertext).

٣- تقديم خدمات الوسائط المتعددة Multimedia النصية، والصوتية، والمصورة. ومثال على ذلك صحيفتي منبر الرأي الالكترونية، وموقع الغد المالي الالكتروني في الأردن.

**ثانياً : الصحف الالكترونية من الصحف الورقية:**

١- صحف الكترونية تقدم المضمون الورقي الكامل، كما هو بعد تحويله إلى الشكل الالكتروني.

٢- صحف الكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.

ومثال على ذلك الصحف الورقية اليومية من الأردن (الرأي، والدستور، والغد، والعرب اليوم، والجوردان تايمز).

**ثالثاً: صحف الكترونية ليس لها إصدار ورقي:**

وهذه الصحف غير تابعة لأي مؤسسة صحفية ورقية، وتعتبر مستقلة إدارياً، وتقدم خدمات تعني بالشأن المحلي، وتقدم خدمات إخبارية على جميع الصعد، إضافة على ميزة التفاعلية، وخدمة البريد الالكترونية، وخدمة SMS وغيرها من الخدمات.

وتتمتع هذه المواقع بمساحة كبيرة من الحرية بعيدة عن الرقابة الحكومية، ومثال على ذلك : صحيفة عمون الالكترونية، والسوسنة، وموقع عمان نت الإخباري، وموقع خبرني الالكتروني، وسرايا، وغيرهم من المواقع الالكترونية في الأردن.

وهناك أنواع للصحافة الالكترونية باعتبارها بلد الصحيفة وهي على النحو الآتي: (أمين، ٢٠٠٧، ص ١٠١)

١- صحف عربية تصدر من دول عربية مثل : السياسة الكويتية، والرياض السعودية، وغيرها.

٢- صحف عربية تصدر خارج الوطن العربي مثل : الحياة، والشرق الأوسط اللتان تصدران بالعربية من لندن.

٣- صحف أجنبية وهي كثيرة جداً منها نيويورك تايمز، وواشنطن بوست وغيرها.

أما الصحف الأردنية التي تبث عبر الانترنت من داخل الأردن، فهناك المواقع التي لها إصدارات ورقية مثل الرأي، والدستور، والغد، والعرب اليوم، والجوردان تايمز.

والمواقع التي ليس لها إصدارات ورقية مثل : موقع عمون الإخباري، والسوسنة، وخبرني، وعمان نت، وسرايا، وغيرهم من المواقع الأخرى التي بلغت حتى الآن أكثر من ٢٠ موقعاً.

**مميزات الصحافة الإلكترونية:**

تتسم الصحافة الالكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة، حيث أكدت معظم الأبحاث والدراسات على أنها أصبحت وسيطاً إعلامياً جماهيرياً فعالاً، إذ مكنت كافة الأفراد والمؤسسات من إرسال واستقبال المعلومات عبر أي مسافة، وفي أي وقت، وفي أي مكان (تربان، ٢٠٠٨، ص: ١٢٨).

يمكن القول إن الإعلام الالكتروني يتميز ببعض الخصائص كالتنوع الشديد في الوسائل والمواقع الإعلامية، حيث أتاحت شبكة الانترنت إنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظرياً، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام. كما يتسم الإعلام الالكتروني بالمرونة في استعراض وانتقاء الوصول الآلي، وتحليل البيانات والمعلومات الموجودة على شبكة الانترنت (أمين، ٢٠٠٧، ص : ٩٢).

**ومن أبرز خصائص الصحافة الالكترونية ما يلي:**

١- **خاصية التنوع** : كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصصة لانجاز مقالة إخبارية ما على مستوى الصحافة الورقية، وبما أن الصحافة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصصة للتحرير والمساحات الأخرى، كذلك كانت مهمة الصحفي تتمثل في انجاز عمل صحفي يوفق بين المساحة المخصصة للتحرير وبين تلبية حاجات الجمهور (الفيصل، ٢٠٠٦، ص : ١١٦).

٢- **خاصية المرونة:** تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة لمستخدمي صحافة الانترنت، إذ لا يمكن له إذا كان لديه الأدنى من المعرفة بالانترنت أن يتجاوز عدداً من المشكلات الإجرائية التي تعترضه (مرجع سابق، ٢٠٠٦، ص:١١٦).

٣- **التفاعلية:** حيث تستخدم الصحف الالكترونية هذا الأسلوب التفاعلي من خلال تكنيك النص المترابط أو الفائق Hypertext الذي يتضمن وصلات Links لنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور (علم الدين، ٢٠٠٠، ص : ٢١٧). وأن هذا التميز يعد واحداً من أهم سمات وخصائص النشر الالكتروني (الفيصل، ٢٠٠٦، ص:١٦٤).

٤- **إمكانية توزيعها** : وبالتالي تعرض القارئ يوماً كاملاً للحصول على العدد الجديد من الصحيفة اليومية الورقية (نصر، ٢٠٠٣، ص:١٠٤).

٥- **المباشرة والتحديث المستمر** : ويقصد بذلك تقديم الصحف الالكترونية خدمات إخبارية مباشرة Online.

٦- **سهولة العرض** : حيث تعد سهولة التعرض أحد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور (أمين، ٢٠٠٧، ص:١٠٦- ١٠٧).

٧- تعدد الوسائط : إذا كان الراديو يقدم الصوت والتلفزيون يقدم الصورة، والصحافة المطبوعة تقدم النص، فإن الصحافة الالكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معاً بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة كما يكتسب استخدام عناصر الوسائط المتعددة مثل : الصور المتحركة، والثابتة، والأصوات، والمؤثرات السمعية والبصرية، أهمية خاصة ترتبط بدور العناصر المرئية في تسهيل متطلبات العرض للوسائل المختلفة، حيث تسهم الصورة والألوان في تقليل الجهود التي يتعين أن يبذلها القرّاء لتلقي الرسائل المتضمنة في هذا النمط من الاتصال (تربان، ٢٠٠٨، ص:١٣٥).

**ويرى سيد (٢٠١٤: ٤٠) أن هناك عدة مزايا للصحافة الإلكترونية تتمثل:**

١) قلة التكلفة المالية التي يتحملها الجمهور مقارنة بالصحافة التقليدية، فعن طريق الاشتراك في خدمة الإنترنت، تستطيع تصفح كافة الصحف والمجلات التي تمتلك مواقع إلكترونية، في حين أنه من الصعوبة بمكان أن تشترك في كافة هذه المطبوعات أو تقتنيها.

٢) عامل الوقت، فالصحف الإلكترونية بتحديثها مستمرة على مدار الساعة، في حين أن الصحافة المطبوعة ومواقعها الإلكترونية يتم تحديثها كل أربعة وعشرين ساعة، الأمر الذي يجعل الصحافة الإلكترونية تحرق الأخبار كما يقال، أو تجعلها عديمة الفائدة في الجرائد المطبوعة، فتصبح عبارة عن أحرف تملأ بها المساحات، فإذا كانت الصحيفة تطبع في تمام الساعة الثانية عشر صباحًا مثلاً، ووقعت حادثة في ساعات الصباح الأولى، فحتى تنشره الجريدة يحتاج ليوم كامل، الأمر الذي يكون معه الخبر مستهلكًا وقديمًا في ظل وجود الصحافة الإلكترونية التي تستطيع تغطية الحادث خلال دقائق من وقوعه.

٣) سهولة تعديل المعلومات وتصحيحها وتحديثها بعد النشر، وسهولة نقل المعلومة وتداولها وحفظها، واسترجاعها وسرعة انتشارها في أسرع وقت ممكن.

٤) تتمتع الصحافة الإلكترونية بهامش أكبر من الحرية بعيدًا عن مقص الرقيب، والحرية الموجودة في هذه الصحف الإلكترونية أكبر من نظيرتها المطبوعة، والتي تواجه قيودًا كثيرة لم تقتصر على المادة التحريرية فحسب، فحتى تعليقات القراء على الموقع الإلكتروني تخضع غالبًا لمعايير شديدة الرقابة تتنافى مع حرية الإنترنت التي يريدها الجمهور، في حين نجد أن أغلب الصحف الإلكترونية تعطي هامشًا كبيرًا من الحرية في التعليقات، تصل إلى حد التصادم والسباب "عند البعض" لزيادة التفاعل والإقبال الجماهيري عليها.

٥) إمكانية تضمين الخبر مقاطع صوتية أو لقطات مصورة بالفيديو؛ مما يجعل التغطية أكثر ثراءً وجذبًا للقارئ وتعايشًا مع الحدث.

٦) من أهم ما يميز الصحافة الإلكترونية: كونها صحافة تفاعلية، فبإمكان القارئ التعليق على الخبر فور قراءته، والتواصل مع جمهور القراء ومناقشة الآراء والأفكار، وكذلك بإمكانه إرسال مشاركاته من الأخبار والمقالات، ونشرها باسمه الصريح أو المستعار، أو عن طريق عمل مُعرِّف خاص به، يتمكن من خلاله من إضافة تعليقاته ومشاركاته.

٧) توفير أرشيف صحفي ضخم يُتيح الحصول على المعلومات بسهولة ويُسر، من خلال محركات البحث، وعدم حاجة المؤسسات الصحفية إلى مقر واحد ثابت يحوي كل الكوادر العاملة، فالصحف الإلكترونية اليوم يعمل أغلبها عن طريق المراسلة الإلكترونية. (سيد، ٢٠١٣: ٤٠)

**الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت:**

يقصد بالاتصال "أي عملية يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر، بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن الطريق تبادل المعلومات والآراء، والأفكار، والرموز ذات العلاقة بالثقافة الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العملية" (العنزي، ٢٠٠٧: ص٤٠).

وللاتصال أشكال مختلفة بحسب عدد المشاركين في الموقف الاتصالي والوسائل المستخدمة لتحقيق الاتصال والهدف الذي من أجله تتم عملية الاتصال، وتبدأ مستويات الاتصال بالاتصال الشخصي، وهو المستوى الأقل من حيث عدد المشاركين في العملية الاتصالية، ويكون بين فردين، يليه الاتصال الجمعي الذي يتم في أوساط اجتماعية ذات أعداد محدودة، أما الاتصال الجماهيري فهو النمط الاتصالي الذي يتم على نطاق جماهيري وتستخدم فيه وسائل العلام: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، إضافة إلى المواقع الإلكترونية على الانترنت" (موسى، ٢٠٠٤: ص٥٦).

وتعتبر شبكة الإنترنت وسيطاً اتصالياً جديداً بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى، إلا أنها تعتبر تقنية اتصالات مهجنة تضم أكثر من نمط اتصالي: شخصي وجمعي وجماهيري، دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال، تبعاً لذلك فقد أختلت الكثير من المفاهيم السائدة حول الدور الاتصالي للإنترنت مع عدم وضوح الحدود الفاصلة بين أنماط الاتصال وطبيعتها، ونتيجة هذا المدى الواسع من الإمكانات الاتصالية للإنترنت فإن الشبكة تقدم عدداً من الخدمات الاتصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة وتحقق قدراً كبيراً من الاندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة (فايز، ٢٠٠٢: ص٢٣).

كما يبرز دور شبكة الإنترنت الاتصالي في "مجال الاتصال الشخصي من خلال المواقع الشخصية التي يديرها ويشرف عليها أفراد يقومون بنشر أخبارهم ومعلوماتهم الشخصية، إضافة إلى ما يضعونه من روابط لمواقع أخرى، كما تقدم مجانية لمستخدمي شبكة الإنترنت بالإضافة إلى احتوائها على أخبار متنوعة تصل إلى البريد الإلكترونية الخاص بالمشترك بشكل يومي وحسب التخصصات التي يرغب بها" (فايز، ٢٠٠٢: ص٢٣).

وتقدم شبكة الانترنت كذلك خدمات ومزايا عديدة وخاصة بعد تطوير برامج تخاطبيه جديدة، واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية بالصوت والصورة والنص المكتوب، كل ذلك حول الشبكة الدولة إلى فضاء يعج بالحركة والصوت والصورة والنصوص المكتوبة، وتتمثل أهم الخدمات الاتصالية بما يلي (حجاب، ٢٠٠٥:ص٧١):

**التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت:**

عند ظهور أي وسيلة إعلامية حديثة تكثر التنبؤات حول مصير الوسائل الأقدام منها، فعندما ظهرت الإذاعة كوسيلة إعلامية على سبيل المثال ذات خصائص وميزات مبهرة للمستقبلين أعتقد الكثير أن هذا إعلان لأفول الصحافة الورقية، كما إن ظهور التلفزيون جدد التنبؤات بمستقبل الصحافة والإذاعة، نفس الإحساس والتوقعات حدثت عندما ظهرت شبكة الإنترنت لما تملكه هذه الشبكة من سمات اتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى.

ورغم كل تلك التنبؤات فإن جميع الوسائل الإعلامية حافظت على وجودها كون كل وسيلة إعلامية لها سماتها الخاصة التي تكونت نتيجة الحاجة إليها، وأن ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة يدفع بقية الوسائل على تطوير قدراتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان

الإعلامي بكفاءة عالية، على هذا كان لظهور شبكة الإنترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الاتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية وذلك من خلال الخدمات المباشرة، وكذلك من خلال الاختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية، وأسهمت منتديات الإنترنت في تلمس حاجات جماهير وسائل الإعلام وساعد البريد الإلكتروني في اختصار المسافة الاتصالية بين القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية، وجمهور هذه الوسائل وهو ما يطلق عليه الاتصال التفاعلي بعدما كانت العملية الإعلامية تسير باتجاه أحادي من الوسيلة الإعلامية إلى جمهورها.

واستفادت جميع الوسائل التقليدية للإعلام من الإنترنت لزيادة انتشارها ووصولها إلى كل مكان في العالم دون تكلفة تذكر، بعدما كان الكثير منها يوزع في نطاق محدود، كما "ساعد الإنترنت من خلال سهولة الاتصال بالشبكة وسرعته من قبل الجميع أينما وجدوا، هذا بالإضافة إلى تميز المواد المقدمة من قبل الشبكة بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة" (اللبان، ٢٠٠١: ص: ٩٨).

لأجل هذا تغيرت صور الوسائل الإعلامية كثيراً بعد ظهور وانتشار شبكة الانترنت عالمياً، حيث باتت هذه الشبكة كوسيط اتصالي جديد بالإضافة إلى التطبيقات التقليدية كالإذاعة والتلفزيون والصحف التقليدية، ويعلل الدكتور عباس مصطفى صادق هذا التغيير بالقول: "لقد تجمعت في الانترنت خبرات الوسائل المادية للاتصالات السلكية واللاسلكية، هي تجمع بين خصائص الاتصال الجماهيري والتخصيص وحق الفرد في تلبية حاجة إعلامياً بمعزل عن الجماعة، وبجانب كون الشبكة نفسها وسيلة اتصالية، تصنف بعض الخدمات من خلال شبكات

ومواقع داخلها على أنها محطات إذاعية أو شبكات تلفزيونية أو الصحف أو وكالات أنباء أو خليط من هذا وذاك" (صادق، ٢٠٠٣: ص٣٠).

ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت والتي أصبحت من خلالها معايير عالمية جديدة للاتصال الجماهيري، وهنا يقول بودي: "بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالانترنت" (Brody, 2001: P138).

**نماذج التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت:**

تتطور تكنولوجيا شبكة الانترنت وتطبيقاتها بسرعة كبيرة فلا يكاد يمضي يوم إلا ويضاف إلى عالم الشبكة العنكبوتية تطويرات لتطبيقات إعلامية موجودة في الشبكة أو تضاف لها، ومن نماذج التطبيقات الموجودة في الشبكة الانترنت (أبو عيشة، ٢٠١٠: ص٨٥-٨٦):

- **وكالات الأنباء:** لا تتخلف أي وكالة أنباء عالمية كانت أم محلية عن حجز مواقع لها على شبكة الانترنت، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز والاسيوشيتدبرس ووكالة الأنباء الفرنسية وشينغوا ويونايتد برس توفر جنباً إلى جنب مع وكالات إقليمية وقومية ومحلية خدمات إخبارية بمختلف أنواعها شاملة على النصوص والصور، بعضها مجاناً وبعضها بالمقابل. ومن هنا نجد أن الإنترنت شكلت بالنسبة للشعوب العربية وشعوب العالم الثالث ميلاد مرحلة جديدة تحمل فرصاً إضافية لم تكن متاحة في تخصيص صحافة مطبوعة نظراً لكثير من العوائق منها التكلفة والحاجة للتخطيط والتصريح وعدم وجود عائد مادي واضح وأكثر ما يميزها التخصص في متابعة الأخبار بشكل أكثر تحديداً لمحافظاتها وربط المجتمع بالصحيفة بشكل يومي، فالصحافة الإلكترونية تعتبر مرادفاً للصحافة المطبوعة

على الأقل بالوقت الحالي ومع تطور تكنولوجيا التعليم قد نرى تحولاً للصحافة الإلكترونية بحكم أنها مرتبطة مع الإنترنت وهي أكثر وأوسع انتشاراً من الصحافة المطبوعة الأمر الذي يتطلب التواجد في مكان وزمن محدد (أبو عيشة، ٢٠١٠: ص٨٦).

النشر الالكتروني:

من أبرز المستحدثات التكنولوجية التي تركزت عليها الصحافة الالكترونية في مجالات إنتاج المعلومات: شبكة الانترنت بكل ما توفره من إمكانات في العرض، والاستقبال الفعال، تطبيقات الثورة الرقمية المستخدمة في شبكات الاتصال مثل الترميز الرقمي، وشبكات الهاتف الجوال، أنظمة التصوير الفوتوغرافي الرقمي، أنظمة النشر المكتبي والالكتروني، الوسائط المتعددة، تقنية الورق الالكتروني.

والنشر الالكتروني هو عبارة عن الاختزال والتطويع والبث والتقديم الرقمي للمعلومات، أو هو عملية خلق وثيقة جديدة ينتجها المرسل، ويمكن عرضها بصورة ورقية الكترونية، وميزتها أنها تشمل على النص المكتوب والصور والرسوم التي يمكن توليدها من خلال استخدام الحاسب الآلي.

مفهوم النشر الالكتروني يقع في مجال مشترك في تخصصات مختلفة كعلم الإعلام، وعلم المكتبات والمعلومات، وعلم الحاسب والطباعة والنشر فكل علم من هذه العلوم ينظر للنشر الالكتروني من وجهة نظره ومن جانبه، ارتباط النشر الالكتروني بثروة الاتصال والمعلومات وهو مجال سريع التغيير يشهد كل يوم شيئا جديدا مما يجعل التغيير مستمر في النشر.

إن النشر الالكتروني هو: أي مادة غير مطبوعة بالأساليب التقليدية وتنشر في شكل رقمي وتحمل على أوعية الكترونية.

وعرف سبرنغ النشر الإلكتروني: هو اختزان والتطويع والبث الرقمي لمعلومات ونشرها، لكنها تصاغ في شكل بناء، ويمكن إنتاجها بشكل ورقي أو رقمي.

وهناك الكثير من صور وأشكال النشر الالكتروني أهمها:

١. قواعد المعلومات على الخط المباشر، وهي عبارة عن شبكة معلومات.

٢. تكنولوجيا الطباعة باستخدام الحواسيب.

٣. النشر باستخدام cd و dvd.

٤. الميديا الجديدة (وسائل الاتصال الجديد).

## المبحث الثالث: أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية مقارنة بمواقعها على شبكة الإنترنت

**المقدمة:**

دأب الإنسان منذ القدم على تطوير أساليب اتصاله مع الآخرين، ولقد مرت هذه العملية بعدة مراحل، بدأت بالمشافهة ثم الكتابة ثم الطباعة ثم الموجات الكهرومغناطيسية والإلكترونية، التي شهدت اكتشاف التليفون والتلغراف والفوتوغراف، والراديو، والتلفزيون، وهي وسائل حولت العالم إلى قرية صغيرة.

كما شهد العالم في نهاية القرن الماضي، وبالتحديد في التسعينيات، مرحلة تكنولوجية اتصاليه جديدة تتسم بجمع المزايا التكنولوجية المتوفرة في عدة وسائل في وسيلة واحدة، بقصد تحقيق الهدف النهائي لعملية الاتصال، وهو توصيل الرسالة إلى الجمهور، وإحداث التأثير المطلوب، وقد أطلق على هذه المرحلة العديد من المسميات أبرزها: مرحلة الاتصال متعدد الوسائط Multimedia، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية Interactive، ومرحلة الوسائط المهجنة Hypermedia (عبد الحسيب، ١٩٩٧: ص٢٧).

وتعد شبكة الإنترنت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تجسد خصائص عدة، فمن خلالها يستطيع كل مستخدم الوصول إلى المعلومات التي يريدها بأقل جهد وأقصر وقت، وأن يكون مرسلاً ومستقبلاً في آنٍ واحد، وأن يتابع من خلالها وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما لا يتوفر لأي وسيلة أخرى. ولقد دفعت هذه التطورات الصحف لإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت، خاصة مع الارتفاع المتزايد لعدد مستخدمي الشبكة، والأرباح الكبيرة للإعلانات والتجارة من خلالها، علماً أن مواقع هذه الصحف اقتصرت في البداية على التعريف بها ونشر معلومات عنها، ثم تطورت إلى عرض محتويات نسخها المطبوعة (بخيت، ٢٠٠٠: ص٦-٧).

تسير صناعة الصحافة المطبوعة الورقية مع الصحافة الالكترونية، بشكل تكون الغلبة فيه للصحافة الورقية، ويناسب هذا مع الدول التي ما زالت نسب الأمية فيها مرتفعة، وكذلك معدلات الدخل المنخفضة التي تعوق التوسع في استخدام الأفراد للصحافة المستعينة بالحاسبات الالكترونية، ويتوقع أن تسير الصحافة المطبوعة الورقية مع الصحافة الالكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة المطبوعة الورقية من شبكة الانترنت سواء في عمليات التحرير، أو الاتصالات، أو في النشر لإعداد من الصحف في شكل ملخصات أو نسخ كاملة، وهذا السيناريو متوقع انتشاره في الدول الأخذة في النمو والتي يتزايد فيها استخدام الحاسبات الالكترونية وسط قطاعات الصفوة، وفي مجالات متخصصة.، ويتوقع أيضا أن تقل بشكل تدريجي خدمات الصحافة الورقية، ويزداد فيه الاعتماد على الحاسبات الالكترونية في الاستفادة من الخدمات الإعلامية الإخبارية والمعلوماتية التي تقدمها شبكات المعلومات وقواعد البيانات من خلال نشر نسخ الجرائد والمجلات الالكترونية التفاعلية الكاملة، وصولا إلى ما يطلق عليه الجريدة الالكترونية تحت الطلب Newspaper on Demand أو الجريدة التفاعليةInteractive Newspaper التي يختار الشخص محتوياتها بنفسه يوميًا من الشبكة بعد أن يكون قد حددInteractive Newspaper (عبود، ٢٠١٢: ص٣٠).

**تأثير الإنترنت على صناعة الإعلام العربي:**

هذه الخلفية قد تساعدنا في إلقاء الضوء على ما يحمله هذا القادم الجديد المسمى بالانترنت من تغيير قد يهدد الوضع القائم بالنسبة للصحيفة المطبوعة وغيرها من وسائل الاتصال والأعلام الجماهيري، ما نعرفه اليوم عن علاقة الانترنت بالمطبوعة الصحفية من خلال الواقع هو ما يلي (أبو عيشة، ٢٠١٠: ص٢٣١-٢٣٣):

أولاً: إن غالبية الصحف اليومية في الغرب وفي العالم العربي تدير مواقع الكترونية خاصة بها وتصدر طبعات الكترونية، وتشير إحصائيات مؤسسة نيوزلينك الأمريكية في نهاية عام ١٩٩٨ إلى أنّ عدد الصحف التي تدير مواقع على الشبكة في العالم قد وصل إلى ٤٩٠٠ جريدة أمريكية، بينما لم يتجاوز عدد الصحف الالكترونية على الشبكة الثمانين صحيفة في نهاية عام ١٩٩٤، وهذه الأرقام تشمل الصحف اليومية والأسبوعيات والدوريات والمجلات وغيرها من المطبوعات، وبينما تتبوا المطبوعات الأمريكية مركز الصدارة من حيث عدد المواقع الالكترونية فان المطبوعات تشكل نسبة ٤٣% من إجمالي هذه المواقع.

وفي العالم العربي فان هناك ما لا يقل عن مائة موقع الكتروني لصحف عربية يومية وأسبوعية وهذا الرقم في ازدياد مستمر.

ثانيا: إن عددا لا باس به من كبريات الصحف في أمريكا وأوروبا واليابان قد فصل ما بين الجريدة المطبوعة والنسخة الالكترونية من حيث الإدارة والتحرير وطبيعة المحتوى ومصادر الدخل أو الإنفاق لكل منهما، مثال على ذلك صحف الواشنطن بوست والنيويورك تايمز والشيكاغو تريبيون الأمريكية والنايننشال تايمز اللندنية، وأصبحت النسخ الالكترونية بوابات إعلامية شاملة تجدد محتواها على مدار الساعة طيلة أيام الأسبوع وتسبق في كثير من الأحيان النسخ المطبوعة في نشر الأخبار.

ثالثا: إن عددا من هذه المواقع الالكترونية المملوكة من دور النشر الصحفية بعد اليوم من أنجح البوابات الالكترونية على الشبكة من حيث عدد الزوار أو المشتركين وحجم الدخل الإعلاني بحيث أصبحت هذه البوابات مستقلة تماما عن النسخة المطبوعة وتقدم خدماتها على مدار الساعة، إلا انه يجدر القول واستنادا إلى تقرير مؤسسة بل إن عددا لا باس به من الصحف أغلق مواقعه الالكترونية تقريبا مائة صحيفة خلال شهر بسبب الخسائر.

رابعا: أن هناك مواقع إخبارية الكترونية نشأت في بيئة الانترنت أو ما يسمى اليوم بالفضاء التفاعلي وحققت نجاحا باهرا إلى حد دفعها للخوض في عالم النشر التقليدي أيضا أي ما يسمى بالهجرة المعاكسة مثال على ذلك مجلة (Wired).

خامسا: إن جاذبية الانترنت تكمن في سهولة نشر المعلومات عليها واسترجاعها منها وكونها وسيلة إعلام تفاعلية تمكن المستخدم من حرية التصفح وإبداء رأيه واختيار ما يريده من معلومات، كما أنها لا وسيلة اتصال بالهاتف عن طريق الشبكة وسماع الموسيقى وحتى مشاهدة الأفلام، لذلك فان الانتفاع بالشبكة ليس مجرد محصورا بالصحف الالكترونية وإنما يتعدى ذلك إلى حيز أرحب وأمتع.

سادسا: إضافة إلى ذلك أن الانترنت باتت تعني القمة في التعبير عن حرية الرأي بعيدا عن مقص الرقيب وقوانين المطبوعات والنشر فلا حاجة لترخيص من وزارة الإعلام ولا لأذن توزيع أو رخصة مطبعة أو موجة بث، فالانترنت تجاوزت كل هذا وما يحدث اليوم في سوريا مثلا من انفتاح حذر على العالم كان عنوانه الرئيسي السماح بدخول الانترنت وكذلك كان الأمر في السعودية وليبيا وغيرها من الدول المحافظة.

سابعا: لا شك أن الانترنت وهي اليوم في قلب ثورة المعلومات قد أصبحت سمة مميزة لواقع العولمة الذي نعيش، فالكلام اليوم هو عن الحكومة الالكترونية دبي، قطر والأردن وعن التجارة الالكترونية ومدن الانترنت وجامعات الانترنت وغير ذلك. وبافتراض أن سنوات- وقد تكون عقودا_ تفلصنا عن تحقيق كل ذلك، ناهيك عن تحديات البطالة والفقر والتخلف والمرض والجفاف والجفاء السياسي بين بعض الدول العربية، فان استشراف المستقبل يؤكد أننا سنكون يوما جزءا من هذا التحول المعلوماتي ضمن إطار

القرية العالمية سواء شئنا أم أبينا، هذا التغيير سيشمل كافة مناحي الحياة والصحافة المطبوعة بشكلها وواقعها الحالي لن تكون مستثناة طبيعة الحال.

**استراتيجيات النشر الالكتروني في العالم العربي:**

حتى الآن لا يوجد إستراتيجية أو حتى رؤية واضحة لدى الناشرين العرب لمدى تأثير الانترنت على الصحيفة المطبوعة كصناعة وكحرفة، إلا أن هناك توجهين (أبوعيشة، ٢٠١٠، ص: ٢٣٣-٢٣٥):

**الأول:** اعتماد سياسة الحد الأدنى المتمثلة في إطلاق نسخ الكترونية صماء من الصحيفة المطبوعة بأقل التكاليف ودون دخل يذكر والاكتفاء بالإشارة إلى أن الصحيفة موقعا على الانترنت يقوم بدور التواصل ما بين الصحيفة وقارئها أينما كان، وهذا التوجه هو الغالب الآن:

**والثاني:** هو الدخول إلى عامل الشبكة العنكبوتية بقوة من خلال بناء مواقع متميزة أقرب ما تكون إلى البوابات الشاملة، وان كان هذا التوجه نادرا اليوم فان هنالك إشارات إلى أن بعض الناشرين في العالم العربي قد يبدأ في دراسة هذا الأمر جديا، مثال ذلك صحيفة الشرق الأوسط اللندنية والنهار والديلي ستار اللبنانيتين.

إنها مسالة وقت إذن ترافقها حسابات اقتصادية دقيقة، وفي هذا الأثناء يزداد عدد البوابات الشاملة في هذا العالم العربي بدءا من الشبكة العربية ارابيا اون لاين ومرورا ببوابات بدأت تطل برأسها مثل بلاينت ارابيلا ونسبج والبوابة، إضافة إلى عدد من المواقع العربية التي تقدم خدمات بعينها مثل مكتوب للبريد الالكتروني واين واراب فنيستا للبحث و go dubai أو اذهب إلى دبي المتخصصة بكل ما يتعلق بمدينة دبي.

ما يميز البوابات الشاملة أن خدماتها لا تنحصر في تقديم أخر الأنباء السياسية وعلى مدار الساعة بل تقدم أيضا معلومات اقتصادية ومحركات بحث ومنتديات نقاش ساخنة، كما أنها تغنى بأخبار الرياضة والفن والأدب وتقدم شرائط موسيقية ومنصات لإرسال الرسائل القصيرة للهواتف الخلوية وأقساماً للتسوق الالكتروني لشراء الكتب والاسطوانات والى غير ذلك من الخدمات، وتتمثل قوة البوابات الشاملة في انهالا تقدم لزوارها معظم ما يحتاجون إليه من معلومات وخدمات من خلال حيز تفاعلي واحد.

وحتى بالنسبة للمحتوى فإن عدداً من البوابات تعاقد مع كبريات الصحف والمجلات العربية والأجنبية لشراء مقالات ومواضيع لإعادة نشرها إضافة إلى اعتمادها على وكالات الأنباء المعروفة وشبكة المراسلين الخاصة بها، وإذا كان من حتمية للتنافس في المستقبل على المستخدمين فانه سيكون بين هذه البوابات ومواقع الصحف الالكترونية التي أثر أصحابها اتخاذ التوجه الثاني وهو دخول غمار البوابات الشاملة (أبوعيشة، ٢٠١٠، ص: ٢٣٣-٢٣٥).

**الصحف اليومية الورقية مقارنة بمواقعها على شبكة الإنترنت:**

**أولاً: الصحافة الورقية:**

يرى حجاب (٢٠٠٨، ص ٩٣- ٩٦) أن للصحف الورقية عدة وظائف رئيسية تأتي من خلال إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث تتعلق بالشؤون الداخلية والخارجية. وأيضا تقدم الصحف الورقية الشرح والتفسير والتحليل بتقديم مزيد من التفاصيل والتوضيحات للأحداث المختلفة للموضوعات والقضايا المثارة في مجتمع ما.

وتقوم الصحف الورقية بالتوجيه والنقد بمعنى أنها لا تقتصر على نشر الحوادث بل تعلق عليها وتناقشها، تحقيق التكامل والترابط بين أجزاء المجتمع بدعم الوحدة المحلية والقومية في إطار جغرافي أو سياسي معين وتدعيم إحساس الأفراد بذلك. و نقل التراث

الثقافي بتعريف الأجيال المختلفة بالقيم الاجتماعية والتقاليد للمساهمة في عملية التنشئة الاجتماعية للأجيال الجديدة. والتوثيق والتاريخ التي تقوم الصحافة بدورها بتسجيل وقائع الحياة الاجتماعية ورصد الوقائع التاريخية المتلاحقة ومتابعتها. والتسلية والترويح والترفيه من خلال التخفيف عن القرّاء من آثار التوتر والمعاناة اليومية ومساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم. والصحف تعد وسيلة تقنية تربوية مؤثرة على الأفراد والجماعات على السواء، إذ أنها تخدم التربية وتنقل التراث، فهي وسيلة مهمة للاتصال حيث يلتقي رجال الفكر والثقافة والعلم بجميع أفراد المجتمع، كما أنها وسيلة وتقنية لنقل الأفكار التربوية والتثقيفية بطريقة سريعة وسهلة، وأشمل فائدة (الدعيلج، ٢٠١٠، ص ٧٤).

**ايجابيات الصحافة المطبوعة : (سليمان، ٢٠٠٩، ص ٦١- ٦٢)**

١- زيادة العلاقة بينها وبين القارئ التي تكونت عبر سنوات طويلة.

٢- لا يحتاج تصفحها غير الإلمام بالقراءة والكتابة.

٣- ذات مصداقية أعلى، لاعتمادها على مصادر موثوقة لاستقاء الأخبار، والتزامها أساليب التحرير.

٤- تحفظ حقوق الملكية الفكرية، لضيق فرص الادعاء والانتحال.

٥- أقل تكلفة من الصحافة الالكترونية.

**سلبيات الصحافة الورقية**

١- غير قادرة على مجاراة الصحافة الالكترونية في السرعة.

٢- التفاعل مع القراء أقل، والمجال أمام أصحاب الرأي من كل المستويات أضيق.

٣- معرضة لتسلط الرقيب، وما ينتج من ذلك من تضييق على الرأي، ومصادره للصحيفة، وملاحقة للصحفيين.

ثانياً: الصحف الالكترونية:

رغم حداثة الصحافة الالكترونية إلا أنها أصبحت منافساً للصحافة الورقية وتكاد تتفوق عليها من حيث اعتماد الجمهور عليها خصوصاً حول الأحداث الجارية الآنية. إذ يتابع الجمهور الصحافة الالكترونية ويتفاعل مع الأخبار ويغلق عليها وهذه ميزات لا توجد بالنسبة للصحافة الورقية. أضف إلى ذلك أن الجمهور ليس على استعداد لانتظار تفاصيل الأخبار في الصحيفة في اليوم القادم خصوصاً وعصرنا هذا هو عصر السرعة. وتأخذ مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت أحد الشكلين: (أمين، ٢٠٠٧، ص ٩٩).

١- صحف الكترونية تقدم المضمون الورقي الكامل، كما هو بعد تحويله إلى الشكل الالكتروني.

٢- صحف الكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.

**مزايا وسائل الإعلام الالكترونية**

بالمقارنة مع وسائل الإعلام الصحفية المطبوعة فإن وسائل الإعلان الالكترونية تتناول هذا الموضوع إضافة إلى العديد من الميزات ومنها: (الدليمي، ٢٠١١، ٢٣)

١- وفرة المحتوى.

٢- يقوم الكاتب بإظهار وجهة نظرة بدون رقابة.

٣- تعميق الشفافية في السياسات الحكومية.

٤- وضع الصحافة نفسها من حيث التنمية والتحرير من الضوابط.

٥- تخفيض تكلفة المعاملات والاتصالات وكذلك تخفيض تكلفة الحصول على المعلومات.

كما يضيف باحث آخر مميزات أخرى لهذا النوع من الصحف مركزين على النقاط التالية:

١- إمكانية توزيعها على مدى أربع وعشرين ساعة بينما ينتظر القارئ يوماً كاملاً للحصول على العدد الجديد من الصحيفة الورقية.

٢- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت ضمن خاصية تحديث الصحيفة الالكترونية.

٣- إمكانية إنتاجها بناءً على طلب القارئ وهو ما بات يعرف بالأخبار تحت الطلب News On Demand.

٤- إمكانية تعديلها لتلبي حاجات القارئ. (نصر، ٢٠٠٣، ص ١٠٣- ١٠٤).

**سمات نجاح الصحافة الالكترونية : (أمين، ٢٠٠٧، ص ١٠٥- ١٠٨)**

١- التفاعلية.

٢- العمق المعرفي.

٣- المباشرة والتحدث المستمر.

٤- تعدد خيارات التصفح.

٥- سهولة التعرض.

٦- إمكانية توزيعها وإمكانية تعرض القارئ لها على مدى ٢٤ ساعة.

٧- صدورها في الوقت الحقيقي لتحريرها.

٨- عدم وجود مشكلة في المساحة للكتابة.

**الصعوبات التي تواجه الصحف الالكترونية: (الدليمي، ٢٠١١، ص ٢١)**

١- الصعوبات المادية المتعلقة بالتمويل وتسديد المصاريف.

٢- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.

٣- ندرة الصحافي الالكتروني.

٤- ضعف العائد المادي للإعلانات في الصحافة الالكترونية لشعور المعلن بعد الثقة تجاه هذا النوع من الصحافة.

٥- غياب الأنظمة واللوائح والقوانين التي تنظم عمل هذه الصحيفة.

٦- التحديات التي تواجه الصحافة العربية عموماً.

**الخدمات التي تقدمها الصحافة الالكترونية (أمين، ٢٠٠٧، ص ١٠٢- ١٠٥)**

تعد مواقع الصحف الالكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الانترنت جذباً للقراء، إن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نمواً وحركة بين مواقع الانترنت، وهي نتيجة لم تكن متوقعة، خاصة وأن هناك تقارير تحدثت أن المواقع الالكترونية للصحف لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة، وتقوم الصحافة الالكترونية بتقديم عدد من الخدمات للجمهور المتلقي منها :

١- خدمة البحث.
٢- خدمة البحث في الأرشيف.
٣- خدمة قراءة عدد اليوم أو عدد الأمس.
٤- خدمة تقديم الإعلانات إلى الصحيفة المطبوعة.
٥- خدمة الاشتراك في الصحية الورقية.
٦- خدمة البريد الالكتروني.
٧- خدمة مجموعات الحوار.
٨- خدمة الإعلانات المبوبة.

**مستقبل المنافسة بين الصحف الورقية والالكترونية:**

حينما تظهر وسيلة إعلامية جديدة ثمة تساؤلات تطرح وتثار، عن مزايا وسلبيات الوسيلة الجديدة، وأثرها على الوسيلة التقليدية (القديمة) بالقياس إلى الوسيلة الجديدة، وهذا ما حدث توصل العقل الإنساني إلى الراديو والتلفزيون، ودرجة تأثيرها على الصحافة المطبوعة

على الورق، وهو ما يحدث الآن من جدل حول مستقبل العلاقة بين الصحف الورقية بشكلها التقليدي، والصحف الالكترونية بإمكانياتها المتعددة ومن شأن الصحف الالكترونية طرح الفرضية التي تقوم بتعدد خيارات وصول الناس إلى أوعية المعلومات ومصادر الأخبار الالكترونية، بالإضافة إلى حرية التحكم في شكل ومضمون الوجبة الاتصالية التي سمحت بها التقنية الحديثة، ربما تكون هي أبرز العوامل التي تحدد شكل ومستقبل الإقبال على هذه الوسائل الجديدة، وبالتالي نمط العلاقة مع الصحافة التقليدية، والقضية وإن بدت قضية اختيار من جهة القارئ، وتنافس على إرضائه من قبل الصحف، ربما تتجاوز مفهوم حلول وسائل الإعلام الجديدة مكان القديمة إلى علاقة اقل التزاماً من القارئ المستهلك وأخف إلزاماً من جهة حارس البوابة في الصحيفة الذي تمتع طويلاً بوظيفة تحديد اهتمامات القراء بالنيابة عنهم، وكأن هذا كله يبشر بعلاقة ندية بين المستهلك والمنتج، تتحرك بانسيابية وهدوء، على الرغم من أنها في حقيقتها تحمل بذور ثورة مفاهيم شاملة من حيث قدرتها على تبديل الأدوار، واكتساح العديد من قواعد النشر وأساليب توزيع المعلومات والأخبار المعهودة (سليمان، ٢٠٠٨: ٢٦).

وهنا لا بد أن نأخذ في الاعتبار عدة أمور:

أولاً: أنه في تاريخ وسائل الاتصال منذ نشأتها وحتى الآن لم تلغ وسيلة اتصال متطورة الوسيلة القديمة، بل تستوعبها وتطورها، ويخرج من تفاعل الوسيلتين أو الوسائل معاً وسيلة جديدة تتيح إمكانيات جديدة ومتعددة للجمهور في الاتصال وتبادل المعلومات.

ثانياً: أنه بالرغم من التشابه بين وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية في عديد من السمات، إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة، وأبرزها التفاعلية، واللاجماهيرية، واللاتزامنية.

ثالثاً: أن أي وسيلة اتصال مستحدثة في المجتمع تمر بثلاثة مراحل في التبني والاستخدام وهي:

١- المرحلة الصفوية: حيث تستخدم على نطاق الصفوة لأسباب تتعلق بارتفاع نفقات الاستخدام، والمهارات الأساسية المطلوبة للتشغيل.

٢- المرحلة التخصصية: حيث تبدأ في الانتشار على مستوى الصفوة الاقتصادية أو التقنية أو قطاع معين.

٣- المرحلة الجماهيرية: حيث تبدأ الوسيلة في الانتشار وسط قطاعات كبيرة من الجماهير نتيجة لبساطة الاستعمال، ورخص التكلفة، والفائدة الشخصية، ويصاحب ذلك الإنتاج الجماهيري لتلك الوسائل.

رابعاً: إن الصحافة الورقية تواجه عدة تحديات خطيرة في الوقت الراهن، منها ما يتعلق بالجوانب الاقتصادية، والبيئية، أو تحديات أخرى.

خامساً: إن الإنسان عادة ما يميل إلى استخدام الوسيلة الاتصالية التي تعطيه الخدمة الأشمل والأكثر جاذبية بأقل جهد مبذول، وبأقل تكلفة وإن المطبوع بشكل عام، والكتاب والجريدة بشكل خاص ما زال لهما بريق خاص لأسباب تاريخية وثقافية عند الأجيال الحالية، أو قطاعات كبيرة منها (أمين، ٢٠٠٧: ١٢٨).

## الفصل الثالث

## نتائج الدراسة الميدانية

قبل استعراض نتائج الدراسة نستعرض عينة الدراسة والأداة المستخدمة للوصول إلى البيانات اللازمة للإجابة عن أسئلة الدراسة.

### عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من (٢٠٠) مفردة من الجمهور الأردني، تم اختيارهم بطريقة العينة العمدية، والجدول (١) يوضح توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.

الجدول (١): توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (ن=٢٠٠)

| المتغيرات | الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| الجنس | ذكر | 144 | 72 |
| | أنثى | 56 | 28 |
| | **المجموع** | **200** | **100** |
| العمر | ١٨-٢٢ سنة | 31 | 15.5 |
| | من ٢٣-إلى ٢٦ سنة | 32 | 16 |
| | من ٢٧-إلى ٣٠ سنة | 59 | 29.5 |
| | من ٣١ سنة فأكثر | 78 | 39 |
| | **المجموع** | **200** | **100** |
| المستوى التعليمي | ثانوية عامه فما دون | 12 | 6 |
| | دبلوم | 9 | 4.5 |
| | بكالوريوس | 171 | 85.5 |
| | دراسات عليا | 8 | 4 |
| | **المجموع** | **200** | **100** |
| المهنة | طالب | 18 | 9 |
| | أعمال حرة | 29 | 14.5 |
| | موظف | 139 | 69.5 |
| | لا أعمل | 14 | 7 |
| | **المجموع** | **200** | **100** |
| المستوى الاقتصادي | منخفض | 62 | 31 |
| | متوسط | 122 | 61 |
| | مرتفع | 16 | 8 |
| | **المجموع** | **200** | **100** |

الجدول (٢): توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت

| الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 174 | 87 |
| لا | 26 | 13 |
| **المجموع** | **200** | **100** |

- بالنسبة لمتغير **امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت**، نلاحظ أن الذين يمتلكون تلفون محمول متصل بالانترنت هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (١٧٤) بنسبة مئوية (٨٧%)، بينما بلغ تكرار الذين لا يمتلكون تلفون محمول (٢٦) وبنسبة مئوية (١٣%) ويعزو السبب في ذلك إلى أن الهاتف المحمول المتصل بالإنترنت أصبح حالياً من مستلزمات الحياة ولم يعد من الكماليات وخاصة أنه أصبح الإنترنت جزءاً لا يتجزأ من ضرورات الحياة فأي شخص أصبح يلجأ للإنترنت لمتابعة الأحداث والأخبار اليومية.

الجدول (٣): توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير امتلاك جهاز حاسوب متصل بالانترنت

| الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 162 | 81 |
| لا | 38 | 19 |
| **المجموع** | **200** | **100** |

- بالنسبة لمتغير **امتلاك جهاز حاسوب متصل بالانترنت**، نلاحظ أن الذين يمتلكون جهاز حاسوب متصل بالانترنت هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (١٦٢) بنسبة مئوية (٨١%)، بينما بلغ تكرار الذين لا يمتلكون تلفون محمول (٣٨) وبنسبة مئوية (١٩%)، وهي نتيجة طبيعية بضوء مستلزمات الحياة الحالية فالإنترنت أصبح جزءاً لا يتجزأ من متطلبات الحياة اليومية وخاصة أن الأشخاص يلجئون للإنترنت في ضوء المنافسة الحالية وأصبح الإنترنت شيئا ليس بالمعقد امتلاكه واستغلاله في الحياة اليومية.

الجدول (٤): توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير إجادة التعامل مع الكمبيوتر

| الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| جيد | 188 | 94 |
| ضعيف | 12 | 6 |
| **المجموع** | **200** | **100** |

- بالنسبة لمتغير **إجادة التعامل مع الكمبيوتر**، نلاحظ مستوى إجادة التعامل مع الكمبيوتر "جيد" هو الأكثر تكراراً والذي بلغ (١٨٨) بنسبة مئوية (٩٤%)، بينما مستوى إجادة التعامل مع الكمبيوتر "ضعيف" هو الأقل تكراراً والذي بلغ (١٢) وبنسبة مئوية (٦%) وهي نتيجة ليس بالجديدة وخاصة في ضوء التكنولوجيا في وقتنا الحاضر فقد أصبح لجادة التعامل مع الكمبيوتر لكل شخص ولكل فرد سواء أكان ذكر أو أنثى شيئا ضروري لمواكبة التطور في وقتنا الحاضر.

**صدق الأداة:**

قام الباحث باستخدام الاستبانة كوسيلة لجمع المعلومات بغرض الوصول إلى أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها وللتأكد من صدق أداة الدراسة تم عرضها على عدد من المحكمين والبالغ عددهم (٥) محكمين من ذوي الخبرة والكفاءة ملحق رقم (٢) يوضح قائمة بأسمائهم، وكان الغرض من ذلك الحكم على درجة مناسبة الصياغة اللغوية، ومدى انتماء الفقرة للمجال، بالإضافة إلى الحذف أو الإضافة وإجراء التعديلات اللازمة، وبناءاً على إجماع غالبية المحكمين، تم تعديل الاستبانة بناءً على ملاحظاتهم ومقترحاتهم، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين وتعديل فقرات الأستبانة، بحيث أصبحت (١٨) سؤالاً موزعة على ستة أجزاء وملحق رقم (٣) يبين الاستبانة بصورتها النهائية.

**ثبات أداة الدراسة:**

بغرض التأكد من ثبات أداة الدراسة، تم تطبيق معادلة ثبات الأداة (كرونباخ ألفا) على مقاييس الدراسة الثلاث التالية، والجدول (٥) يوضح ذلك.

**جدول (٥): معاملات كرونباخ ألفا الخاصة بمجالات الدراسة والأداة ككل**

| الرقم | المجال | عدد الفقرات | معامل كرونباخ ألفا |
|---|---|---|---|
| ١ | أسباب جذب الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف على الإنترنت | ٧ | ٠,٧٩ |
| ٢ | الاشباعات التي تحققها الصحف الورقية | ١١ | ٠,٨٥ |
| ٣ | الاشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف | ١١ | ٠,٨٧ |

**المعالجة الإحصائية:**

تم تفريغ البيانات وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS) ولقد اعتمد الباحث على:

- التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

- معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لجميع مجالات الدراسة لتأكد من ثبات أداة الدراسة.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن جميع فقرات كل مجال من مجالات أداة الدراسة.

- التكرارات والنسب المئوية لأسئلة لإجابات أفراد عينة الدراسة عن جميع فقرات كل مجال من مجالات أداة الدراسة.

- اختبار Independent Samples Test واختبار One way ANOVA واختبار scheffe للمقارنات البعدية.

- تطبيق تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة بين متغيرات الدراسة.

## أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

وفيما يلي نستعرض نتائج الدراسة

**س١. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: هل يقوم المبحوثين بقراءة الصحف اليومية؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لقراءتهم للصحف اليومية الورقية الأردنية، الجدول (٢) يوضح ذلك.

**الجدول (٦): توزيع أفراد العينة تبعا لقراءة الصحف الورقية اليومية الأردنية ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=٢٠٠)**

| قراءة الصحف اليومية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الاثنان معا | 117 | 58.5 |
| الصحف اليومية الورقية فقط | 44 | 22 |
| مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت فقط | 39 | 19.5 |
| **المجموع** | **200** | **100** |

يظهر من الجدول (٦) أن النسب المئوية تراوحت بين (١٩,٥%-٥٨,٥%)، ونلاحظ أن الذين يقرؤون الاثنان معا (الصحف الورقية ومواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت)هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (١١٧) بنسبة مئوية (٥٨,٥%)، ويليه يقرؤون الصحف الورقية فقط بتكرار (٤٤) بنسبة مئوية (٢٢%)، بينما الذين يقرؤون مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت هم الأقل تكراراً والذي بلغ (٣٩) وبنسبة مئوية (١٩,٥%)، وربما يعزو السبب في ذلك إلى أن الجمهور الأردني مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، وأن الجمهور المتلقي جمهور ايجابي نشط في استخدامه لوسائل الإعلام، وهو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة يحددها. وأن الجمهور المبادر في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

س٢. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما الصحف التي يقوم المبحوثين بقراءتها؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ عددهم (١٦١) تبعا للصحف التي تقوم العينة بقراءتها، الجدول (٧) يوضح ذلك.

الجدول (٧): توزيع أفراد العينة تبعا للصحف التي يقرأها العينة ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٦١)

| الصحف | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الرأي | 93 | 46.5 |
| الدستور | 81 | 40.5 |
| الغد | 75 | 37.5 |
| العرب اليوم | 50 | 25 |
| الديار | 18 | 9 |
| الأنباط | 18 | 9 |

يمكن اختيار أكثر من بديل

يظهر من الجدول (٧) أن صحيفة "الرأي" هي الأكثر تكراراً والذي بلغ (٩٣) بنسبة مئوية (٤٦,٥%)، ويليه صحيفة "الدستور" بتكرار (٨١) وبنسبة مئوية (٤٠,٥%)، ومن ثم صحيفة "الغد" بتكرار (٧٥) وبنسبة مئوية (٣٧,٥)، ومن ثم صحيفة العرب اليوم بتكرار (٥٠)، وبنسبة مئوية (٢٥%)، بينما صحيفتي "الأنباط" و"الديار" هما الأقل تكراراً والذي بلغ كلا منهما (١٨) وبنسبة مئوية (٩)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن الرأي صحيفة يومية منتظمة وتعد ثاني صحيفة شبه رسمية، وتحرص على الموضوعية والحياد في نقل الخبر واستكماله بكافة عناصره.

**س٣. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما مدى انتظام المبحوثين في شراء الصحف اليومية؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمن يقرأ النسخ الورقية وبلغ عددهم (١٦١) فرداً تبعا لانتظامهم في شراء الصحف اليومية الورقية الأردنية، الجدول (٨) يوضح ذلك

**الجدول (٨): توزيع أفراد العينة تبعا لانتظام العينة في شراء الصحف اليومية ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٦١)**

| الانتظام في شراء الصحف اليومية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أحيانا | 76 | 47.2 |
| نادرا | 36 | 22.4 |
| مطلقا | 31 | 19.3 |
| دائما | 18 | 11.2 |
| **المجموع** | **161** | **100** |

يظهر من الجدول (٨) أن النسب المئوية تراوحت بين (١١,٢%-٤٧,٢%)، كان أعلاها تكراراً للانتظام في شراء الصحف اليومية "أحيانا" والذي بلغ (٧٦) بنسبة مئوية (٤٧,٢%)، ويليه تكرار الانتظام في شراء الصحف اليومية "نادرا" والذي بلغ (٣٦) بنسبة مئوية (٢٢,٤%)، وأقلها للانتظام في شراء الصحف اليومية "دائما" تكراراً والذي بلغ (١٨) وبنسبة مئوية (١١,٢%)، وربما يعزو السبب في ذلك إلى التكلفة المالية التي يتحملها الجمهور، في حين أنه من الصعوبة بمكان أن تشترك في كافة هذه المطبوعات أو تقتنيها.

**س٤. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: مدى تأثير الاعتياد على زيارة مواقع الصحف على التعرض للصحف اليومية الورقية؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمن يقرأ الصحف الورقية والالكترونية كلاهما معا وبلغ عددهم (١١٧) تبعا لمدى

تأثير الاعتياد بزيارة مواقع الصحف على شراء الصحف اليومية الورقية، الجدول (٩) يوضح ذلك.

**الجدول (٩): توزيع أفراد العينة تبعا لمدى تأثير الاعتياد بزيارة مواقع الصحف على شراء الصحف اليومية الورقية ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١١٧)**

| مدى تأثير الاعتياد بزيارة مواقع الصحف على شراء لصحف اليومية الورقية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| لا، أشتريها كما كنت قبل اعتياد زيارة المواقع | 89 | 76.1 |
| نعم، اشتريها كما كنت قبل اعتياد زيارة المواقع | 28 | 23.9 |
| **المجموع** | **117** | **100** |

يظهر من الجدول (٩) أن النسب المئوية تراوحت بين (٢٣,٩%-٧٦,١%)، ونلاحظ أن الذين لا يشترون كما كانوا قبل اعتياد زيارة المواقع هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (٨٩) بنسبة مئوية (٧٦,١%)، بينما الذين يشترون كما كانوا قبل اعتياد زيارة المواقع هم الأقل تكراراً والذي بلغ (٢٨) وبنسبة مئوية (٢٣,٩%)، وربما يعزو السبب في ذلك إلى اعتماد على المواقع الإلكترونية في قراءة الصحف ولا بد من الإشارة إلى أن زيارة المواقع الإلكترونية تخفض من العبء المادي مقارنة مع شراء الصحيفة الورقية.

**س٥. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: من يقوم بشراء الصحف اليومية الورقية؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لطريقة شراء للصحف اليومية الورقية الأردنية، الجدول (١٠) يوضح ذلك

**الجدول (١٠): توزيع أفراد العينة تبعا لشراء الصحف الورقية اليومية الأردنية ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٦١)**

| طريقة شراء الصحف اليومية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أنا أقوم بشرائها | 66 | 33 |
| يشتريها أحد أفراد الأسرة | 53 | 26.5 |
| يشتريها أحد الأصدقاء | 28 | 14 |
| لا، أشتريها وإنما أقرأها من المكتبة | 14 | 7 |

يمكن اختيار أكثر من بديل

يظهر من الجدول (١٠) أن النسب المئوية لطريقة شراء الصحف الورقية تراوحت بين (٧%-٣٣%)، ونلاحظ طريقة "أنا أقوم بشرائها" هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (٦٦) بنسبة مئوية (٣٣%) وربما يعزو في ذلك إلى أنني اعتمد على نفسي في جلب الصحيفة لأنها تعتبر جزءاً رئيسياً من نشاطاتي اليومية التي أحب أن أقوم بها.

يليه طريقة "يشتريها أحد أفراد الأسرة" بتكرار (٥٣) بنسبة مئوية (٢٦,٥%)، بينما طريقة "لا، أشتريها وإنما أقرأها من المكتبة" هم الأقل تكراراً والذي بلغ (١٤) وبنسبة مئوية (٧%) ويعزى السبب في ذلك إلى صعوبة اللجوء إلى المكتبة لقراءة الصحيفة، وخاصة بعد ظهور الصحف الإلكترونية وسهولة اللجوء إليها، والجدير بالذكر انخفاض أسعار الجريدة في وقتنا الحالي لا يتطلب اللجوء إلى المكتبة أو الذهاب إليها وقراءتها.

**س٦. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما مدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال أسبوع؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٦١) فرد تبعا لمدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال أسبوع، الجدول (١١) يوضح ذلك.

**الجدول (١١): توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال أسبوع ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٦١)**

| مدى المواظبة على قراءة الصحف اليومية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| من خمس إلى سبع مرات أسبوعيا | 78 | 48.4 |
| ثلاث أو أربع مرات أسبوعيا | 55 | 34.2 |
| مرة أو مرتين أسبوعيا | 28 | 17.4 |
| **المجموع** | **161** | **100** |

يظهر من الجدول(١١) أن النسب المئوية لمدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال أسبوع تراوحت بين (١٧,٤%-٤٨,٤%)، ونلاحظ مدى المواظبة على قراءة

الصحف اليومية "من خمس إلى سبع مرات أسبوعيا" هي الأكثر تكراراً والذي بلغ (٧٨) بنسبة مئوية (٤٨,٤%)، ويليه مدى المواظبة على قراءة الصحف اليومية "ثلاث أو أربع مرات أسبوعيا" بتكرار (٥٥) بنسبة مئوية (٣٤,٢%)، بينما مدى المواظبة على قراءة الصحف اليومية "مرة أو مرتين أسبوعيا" هي الأقل تكراراً والذي بلغ (٢٨) وبنسبة مئوية (١٧,٤%)، وربما يعزو السبب في ذلك إلى طبيعة الأحداث التي تتناولها الصحف الورقية مما يجعل الجمهور يواظب على شراء الصحف الورقية اليومية من خمس إلى سبع مرات أسبوعيا.

**س٧. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الإنترنت خلال أيام الأسبوع؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) فرد تبعا لعدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الانترنت خلال أسبوع، الجدول (١٢) يوضح ذلك.

**الجدول (١٢): توزيع أفراد العينة تبعاً لعدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الانترنت خلال أسبوع ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٥٦)**

| عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الانترنت خلال أسبوع | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| من خمس إلى سبع مرات أسبوعيا | 65 | 41.7 |
| مرة أو مرتين أسبوعيا | 34 | 21.8 |
| ثلاث أو أربع مرات أسبوعيا | 31 | 19.9 |
| أكثر من ٧ مرات أسبوعيا | 26 | 16.7 |
| **المجموع** | **156** | **100** |

يظهر من الجدول (١٢) أن النسب المئوية لعدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الانترنت خلال أسبوع تراوحت بين (١٦,٧%-٤١,٧%)، ونلاحظ عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية أسبوعيا "من خمس إلى سبع مرات أسبوعيا" هو الأكثر تكراراً والذي

بلغ (٦٥) بنسبة مئوية (٤١,٧%)، ويليه عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية أسبوعيا "مرة أو مرتين أسبوعيا" بتكرار (٣٤) بنسبة مئوية (٢١,٨%)، بينما عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية أسبوعيا "لا أكثر من سبع مرات أسبوعيا" هو الأقل تكراراً والذي بلغ (٢٦) وبنسبة مئوية (١٦,٧%)، ويعزو السبب في ذلك إلى طبيعة الأخبار التي تم نشرها على الموقع، ولأن مواقع الصحف اليومية الأردنية تقوم بالتجديد يومياً للأخبار التي تتناولها، ومن ناحية أخرى سهولة التواصل عبر مواقع هذه الصحف وإلى الميزات التي تقدمها.

**س٨. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٦١) تبعا لمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية، الجدول (١٣) يوضح ذلك.

**الجدول (١٣): توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٦١)**

| مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| دائما | 8 | 5 |
| أحيانا | 108 | 67 |
| نادرا | 45 | 28 |
| **المجموع** | **161** | **100** |

يظهر من الجدول (١٣) أن النسب المئوية لمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية تراوحت بين (٥%-٦٧%)، ونلاحظ مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية "أحيانا" هي الأكثر تكراراً والذي بلغ (١٠٨) بنسبة مئوية (٦٧%)، ويليه مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية "نادرا" بتكرار (٤٥) بنسبة مئوية (٢٨%)، بينما لمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية "دائما" هي الأقل تكراراً والذي بلغ (٨) وبنسبة مئوية

(٥%)، وربما يعزو السبب في ذلك إلى انشغال الجمهور الأردني وطبيعة عمله التي تقيده بمدى التزامه وانتظامه في قراءة الصحف اليومية الورقية، وأيضا إلى تكلفة هذه الصحف الورقية.

**س٩. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما مدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف اليومية؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفـراد عينـة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعا لمدى الانتظام في تصفح مواقـع الـصحف اليوميـة، الجدول (١٤) يوضح ذلك.

**الجدول (١٤): توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٥٦)**

| مدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أحيانا | 85 | 54.5 |
| دائما | 54 | 34.6 |
| مطلقا | 17 | 10.9 |
| **المجموع** | **156** | **100** |

يظهر من الجدول(١٤) أن النسب المئوية لمدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت تراوحت بين (١٠,٩%-٥٤,٥%)، ونلاحظ مدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت "أحيانا" هو الأكثر تكراراً والذي بلغ (٨٥) بنسبة مئوية (٥٤,٥%)، ويليه مدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنـت "دائمـا" بتكـرار (٥٤) بنـسبة مئويـة (٣٤,٦%)، بينما لمدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت "مطلقا" هو الأقـل تكراراً والذي بلغ (١٧) وبنسبة مئوية (١٠,٩%)، وربما يعزو السبب في ذلك إلى عدم توفر

الوقت المناسب الدائم لأفراد العينة في تصفح مواقع الصحيفة لذلك يتم تصفح مواقعها في وقت الفراغ.

**س١٠. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: منذ متى بدأت بزيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حج العينة (١٥٦) فرد تبعا لبداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت، الجدول (١٥) يوضح ذلك.

**الجدول (١٥): توزيع أفراد العينة تبعاً لبداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٥٦)**

| بداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| منذ سنة أو سنتين | 51 | 32.7 |
| منذ ثلاث أو أربع سنوات | 50 | 32.1 |
| منذ خمس سنوات فأكثر | 33 | 21.2 |
| منذ أقل من عام | 22 | 14 |
| **المجموع** | **156** | **100** |

يظهر من الجدول (١٥) أن النسب المئوية لبداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت تراوحت بين (١٤%-٣٢,٧%)، ونلاحظ بداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت "منذ سنة أو سنتين" هي الأكثر تكراراً والذي بلغ (٥١) بنسبة مئوية (٣٢,٧%)، ويليه بداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت "منذ ثلاث أو أربع سنوات" بتكرار (٥٠) بنسبة مئوية (٣٢,١%)، بينما بداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت "منذ أقل من عام" هي الأقل تكراراً والذي بلغ (٢٢) وبنسبة مئوية (١٤%)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن انتشار الإنترنت يرتبط بهذه الفترة، ومن ناحية أخرى يمكن أن يعزى السبب في ذلك إلى انتشار عادة قراءة الصحف الإلكترونية والاستعاضة عنها بالورقية.

**س١١. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال :ما الأسباب التي تجذبك لزيارة مواقع الصحف على الانترنت؟**

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم إعطاء خيار إلى حد كبير(٣)، وخيار إلى حد ما (٢)، وخيار مطلقا (١)، للحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

- أقل من ١,٦٦ منخفضة.
- من ١,٦٦-٢,٣٣ متوسطة.
- من ٢,٣٤ – ٣,٠٠ مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعا للأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت، الجدول (١٦) يوضح ذلك.

**الجدول (١٦): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات مجال "الأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت" والمجال ككل (ن=١٥٦)**

| الرقم | الأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت | إلى حد كبير | | إلى حد ما | | مطلقا | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % | | | |
| ١ | الحصول على أحداث الأخبار ومتابعة الأحداث الجديدة | 121 | 60.5 | 27 | 13.5 | 8 | 4.0 | 2.72 | 0.55 | مرتفعة |
| ٢ | تفضيل التعامل مع الكمبيوتر على التعامل مع الصحف | 72 | 36 | 71 | 35.5 | 13 | 6.5 | 2.37 | 0.63 | مرتفعة |
| ٣ | توفر عنصر الصوت والحركة في المواقع | 72 | 36 | 66 | 33 | 18 | 9 | 2.34 | 0.67 | مرتفعة |
| ٤ | يمكن قراءة أكثر من صحيفة يومية | 68 | 34 | 71 | 35.5 | 17 | 8.5 | 2.32 | 0.66 | متوسط |
| ٥ | لا تكلفني كثيراً مثل شراء الصحف | 60 | 30 | 71 | 35.5 | 25 | 12.5 | 2.22 | 0.70 | متوسط |
| ٦ | تخزين الأخبار والمقالات على | 48 | 24 | 78 | 39 | 30 | 15 | 2.11 | 0.69 | متوسط |

| | الكمبيوتر وقراءتها فيما بعد | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ٧ | التفاعل بإرسال رسائل والتعليق | 37 | 18.5 | 79 | 39.5 | 40 | 20.0 | 1.98 | 0.70 | متوسط |
| | الأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت | | | | | | | 2.29 | 0.39 | متوسط |

يظهر من الجدول (١٦) أن المتوسطات الحسابية لمجال "الأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت" تراوحت بين (١,٩٨-٢,٧٢)، كان أعلاها لسبب "الحصول على أحداث الأخبار ومتابعة الأحداث الجديدة" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٧٢) وبانحراف معياري (٠,٥٥) وبدرجة مرتفعة، يليه سبب "تفضيل التعامل مع الكمبيوتر على التعامل مع الصحف" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٣٧) وبانحراف معياري (٠,٦٣) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة سبب "التفاعل بإرسال رسائل والتعليق" بمتوسط حسابي بلغ (١,٩٨) وبانحراف معياري (٠,٧٠) وبدرجة منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت" ككل (٢,٢٩) وبانحراف معياري (٠,٣٩) وبدرجة متوسطة، وربما يعزو السبب في ذلك إلى أن في ضوء الأحداث المتجددة في الوطن العربي أصبح القارئ ينتظر الخبر بشوق ومن هنا أصبح للقارئ يلجأ إلى الصحف الإلكترونية لقراءة الخبر حال حدوثه.

**س١٢. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما الموضوعات التي تهتم بمتابعتها على هذه المواقع؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعا للموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت، الجدول (١٣) يوضح ذلك.

الجدول (١٧): توزيع أفراد العينة تبعاً للموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٥٦)

| الموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| السياسة | 110 | 55 |
| الرياضة | 86 | 43 |
| الحوادث والجرائم | 83 | 41.5 |
| الاقتصادية | 66 | 33 |
| الأدب | 17 | 8.5 |
| الأفلام والمسرحيات | 6 | 3 |

يمكن اختيار أكثر من بديل

يظهر من الجدول (١٧) أن النسب المئوية للموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت تراوحت بين (٣%-٥٥%)، ونلاحظ أن الموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت "السياسة" هي الأكثر تكراراً والذي بلغ (١١٠) بنسبة مئوية (٥٥%)، ويليه الموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت "الرياضة" بتكرار (٨٦) بنسبة مئوية (٤٣%)، بينما الموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت "الأفلام والمسرحيات" هي الأقل تكراراً والذي بلغ (٦) وبنسبة مئوية (٣%)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن الجمهور يهتم بالأخبار السياسة التحريرية للصحيفة التي تحرص من هذا الجانب على الموضوعية والحياد في نقل الخبر واستكماله بكافة عناصره وتقديم رؤى ومواقف الأطراف التي يتعلق بها الخبر دون استثناء أي منها.

**س١٣: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما أسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) فرد تبعا لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الإلكترونية، الجدول (١٨) يوضح ذلك.

**الجدول (١٨): توزيع أفراد العينة تبعاً لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٥٦)**

| أسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أفضل الحصول على الأخبار من الراديو والتلفزيون | 77 | 49.4 |
| أفضل قراءتها على الانترنت | 56 | 35.9 |
| لا أصدق ما ينشر فيها | 13 | 8.3 |
| ليس لدي وقت | 8 | 5.1 |
| الجرائد مرتفعة الثمن | 2 | 1.3 |
| المجموع | 156 | 100 |

يظهر من الجدول (١٨) أن النسب المئوية لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية تراوحت بين (١,٣%-٤٩,٤%)، ونلاحظ أن سبب "أفضل الحصول على الأخبار من الراديو والتلفزيون" هو الأكثر تكراراً والذي بلغ (٧٧) بنسبة مئوية (٤٩,٤%)، ويليه سبب "أفضل قراءتها على الانترنت" بتكرار (٥٦) بنسبة مئوية (٣٥,٩%)، بينما سبب "الجرائد مرتفعة الثمن" هو الأقل تكراراً والذي بلغ (٢) وبنسبة مئوية (١,٣%)، ويعزو السبب في ذلك إلى طبيعة تعرض الجمهور في تلقيه للأخبار حسب الظروف فمن خلال عمله بالنهار يقوم بمتابعة الأخبار من الراديو، وفي وقت الراحة يقوم بمتابعته للأخبار عبر التلفاز والذي يعد الوسيلة الأكثر تأثيراً على الجمهور، ويتعرضون لها في العمل حسب الظروف، وأثناء النهار، كمؤشر لمتابعة الأخبار.

س١٤: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة الانترنت؟

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم إعطاء خيار دائما (٣)، وخيار أحيانا (٢)، وخيار مطلقا (١)، للحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

- أقل من ١,٦٦ منخفضة.
- من ١,٦٦-٢,٣٣ متوسطة.
- من ٢,٣٤ - ٣,٠٠ مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعا للإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية، الجدول (١٨) يوضح ذلك.

الجدول (١٨): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات مجال "الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة الانترنت" والمجال ككل (ن=١٥٦)

| الرقم | الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت | دائما | | أحيانا | | مطلقا | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % | | | |
| ١ | تعزيز الآراء السياسية | 59 | 29.5 | 78 | 39 | 19 | 9.5 | 2.25 | 0.66 | متوسط |
| ٢ | معرفة آخر الأحداث والتطورات | 47 | 23.5 | 97 | 48.5 | 12 | 6 | 2.22 | 0.57 | متوسط |
| ٣ | تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين | 48 | 24 | 92 | 46 | 16 | 8 | 2.20 | 0.60 | متوسط |
| ٤ | تكوين رأي عن القضايا | 37 | 18.5 | 112 | 56 | 7 | 3.5 | 2.19 | 0.49 | متوسط |
| ٥ | الشعور بالأمان من خلال المعرفة | 44 | 22 | 97 | 48.5 | 15 | 7.5 | 2.18 | 0.58 | متوسط |
| ٦ | اكتساب رؤية ومهارة وتحليل الأحداث | 51 | 25.5 | 78 | 39 | 27 | 13.5 | 2.15 | 0.69 | متوسط |
| ٧ | ملء وقت الفراغ | 49 | 24.5 | 76 | 38 | 31 | 15.5 | 2.11 | 0.70 | متوسط |
| ٨ | تسهيل التواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء | 42 | 21 | 81 | 40.5 | 33 | 16.5 | 2.05 | 0.69 | متوسط |

| ٩ | تبني رأي من يعجبني في الآراء والتحاليل | 40 | 20 | 81 | 40.5 | 35 | 17.5 | 2.03 | 0.69 | متوسط |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ١٠ | من أجل الاستمتاع | 30 | 15 | 96 | 48 | 30 | 15 | 2.00 | 0.62 | متوسط |
| ١١ | من أجل التسلية والهروب من الواجبات | 24 | 12 | 85 | 42.5 | 47 | 23.5 | 1.85 | 0.66 | متوسط |
| | الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت | | | | | | | 2.11 | 0.34 | متوسطة |

يظهر من الجدول (١٨) أن المتوسطات الحسابية لمجال "الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت" تراوحت بين (١,٨٤-٢,٢٥)، كان أعلاها للإشباع "تعزيز الآراء السياسية" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٢٥) وبانحراف معياري (٠,٦٦) وبدرجة متوسطة، يليه الإشباع "معرفة أخر الأحداث والتطورات" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٢٢) وبانحراف معياري (٠,٥٧) وبدرجة متوسطة، ومن ثم الإشباع "تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين" بمتوسط حسابي (٢,٢٠) وبانحراف معياري (٠,٦٠) بدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة إشباع "من أجل التسلية والهروب من الواجبات" بمتوسط حسابي بلغ (١,٨٥) وبانحراف معياري (٠,٦٦) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الاشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت" ككل (٢,١١) وانحراف معياري (٠,٣٤) وبدرجة متوسطة. ويعزو السبب في ذلك إلى أن الصحف اليومية تقوم بتعزيز الآراء السياسية التي تقوم من خلالها بإشراك الجمهور بآرائهم حول قضية ما، ومن ناحية أخرى فإن الآراء السياسية تهدف إلى تقديم الحقيقة، وتغطية الواقع بكل ايجابياته وسلبياته، وطرح التنوع الفكري والسياسي في المجتمع الأردني، كما أنّ الصحف اليومية حريصة على الإلمام بكل ما يحدث في البلاد، ولا تستثنى أخباراً لاعتبارات سياسية أو فكرية.

س١٥: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما الإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية؟

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم إعطاء خيار دائما (٣)، وخيار أحيانا (٢)، وخيار مطلقا (١)، للحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

- أقل من ١,٦٦ منخفضة.
- من ١,٦٦-٢,٣٣ متوسطة.
- من ٢,٣٤ - ٣,٠٠ مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٦١) تبعا للإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية، الجدول (١٩) يوضح ذلك.

الجدول (١٩): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات مجال "الإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية" والمجال ككل (ن=١٦١)

| الرقم | الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت | دائما | | أحيانا | | مطلقا | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % | | | |
| ١ | معرفة أخر الأحداث والتطورات | 128 | 64.0 | 33 | 16.5 | - | - | 2.79 | 0.40 | مرتفعة |
| ٢ | تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين | 78 | 39.0 | 77 | 38.5 | 6 | 3.0 | 2.44 | 0.56 | مرتفعة |
| ٣ | اكتساب رؤية ومهارة وتحليل الأحداث | 70 | 35.0 | 86 | 43.0 | 5 | 2.5 | 2.40 | 0.55 | مرتفعة |
| ٤ | الشعور بالأمان من خلال المعرفة | 68 | 34.0 | 86 | 43.0 | 7 | 3.5 | 2.37 | 0.56 | مرتفعة |
| ٥ | تكوين رأي عن القضايا | 60 | 30.0 | 89 | 44.5 | 12 | 6.0 | 2.29 | 0.60 | متوسط |
| ٦ | تبني رأي من يعجبني في الآراء والتحاليل | 59 | 29.5 | 82 | 41.0 | 20 | 10.0 | 2.24 | 0.65 | متوسط |
| ٧ | تعزيز الآراء السياسية | 52 | 26.0 | 92 | 46.0 | 17 | 8.5 | 2.21 | 0.61 | متوسط |

| ٨ | من أجل الاستمتاع | 53 | 26.5 | 86 | 43.0 | 22 | 11.0 | 2.19 | 0.65 | متوسط |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ٩ | ملء وقت الفراغ | 51 | 25.5 | 90 | 45.0 | 20 | 10.0 | 2.19 | 0.63 | متوسط |
| ١٠ | تسهيل التواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء | 56 | 28.0 | 55 | 27.5 | 50 | 25.0 | 2.03 | 0.81 | متوسط |
| ١١ | من أجل التسلية والهروب من الواجبات | 40 | 20.0 | 74 | 37.0 | 47 | 23.5 | 1.95 | 0.73 | متوسط |
| الإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية | | | | | | | | 2.28 | 0.34 | متوسد |

يظهر من الجدول (١٩) أن المتوسطات الحسابية لمجال "الإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية" تراوحت بين (١,٩٥-٢,٧٩)، كان أعلاها للإشباع "معرفة أخر الأحداث والتطورات" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٧٩) وبانحراف معياري (٠,٤٠) وبدرجة مرتفعة، يليه الإشباع "تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٤٤) وبانحراف معياري (٠,٥٦) وبدرجة مرتفعة، ومن ثم الإشباع "اكتساب رؤية ومهارة وتحليل الأحداث" بمتوسط حسابي (٢,٤٠) وبانحراف معياري (٠,٥٥) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة إشباع "من أجل التسلية والهروب من الواجبات" بمتوسط حسابي بلغ (١,٩٥) وبانحراف معياري (٠,٧٣) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الاشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية" ككل (٢,٢٨) وانحراف معياري (٠,٣٤) وبدرجة متوسطة، وربما يعزو السبب في ذلك إلى أنّ الجمهور الأردني على تطلع لمعرفة أخر الأحداث والتطورات وخصوصاً في الفترة الأخيرة التي شهدت تزايداً كبيراً بالأحداث داخل الوطن العربي.

**س١٦: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما أسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٦١) فرد تبعاً لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف عبر مواقعها الإلكترونية، الجدول (٢١) يوضح ذلك.

**الجدول (٢١): توزيع أفراد العينة تبعاً لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف عبر مواقعها الإلكترونية ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٦١)**

| أسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الإلكترونية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| تعودت على قراءة الصحف الورقية بشكل دائم | 144 | 89.4 |
| لا أجيد استعمال الإنترنت | 10 | 6.3 |
| أفضل ملمس الورق عند القراءة | 7 | 4.3 |
| **المجموع** | **161** | **100** |

يظهر من الجدول (٢١) أن النسب المئوية لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف عبر مواقعها الإلكترونية تراوحت بين (٤,٣%-٨٩,٤%) ، ويليه سبب "لا أجيد استعمال الانترنت" بتكرار (١٠) بنسبة مئوية (٦,٣%)، بينما سبب "أفضل ملمس الورق عند القراءة" هو الأقل تكراراً والذي بلغ (٧) وبنسبة مئوية (٤,٣%)، ويعزو السبب في ذلك إلى تعودهم على قراءة الصحف ورقياً ولأنهم يجدون من خلالها بإشباع للحاجات من المعلومات والمعرفة، وتوفر لهم أيضاً كل مقومات الراحة والهدوء والوقت الكافي للمطالعة، وأن هناك علاقة قوية بينها وبين القارئ ولسنوات طويلة.

س١٧. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ، من أين تفضل الحصول على معلومات عن ذلك؟

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم إعطاء خيار دائما (٣)، وخيار أحيانا (٢)، وخيار مطلقا (١)، للحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

- أقل من ١,٦٦ منخفضة.
- من ١,٦٦-٢,٣٣ متوسطة.
- من ٢,٣٤ - ٣,٠٠ مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٦١) تبعا لمصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ، الجدول (١٨) يوضح ذلك.

الجدول (٢٢): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات مجال "مصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ" والمجال ككل (ن=١٦١)

| الرقم | مصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ | دائما | | أحيانا | | مطلقا | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % | | | |
| ١ | كلاهما معا | 79 | 39.5 | 66 | 33.0 | 16 | 8.0 | 2.39 | 0.66 | مرتفعة |
| ٢ | الصحف المطبوعة | 25 | 12.5 | 115 | 57.5 | 21 | 10.5 | 2.02 | 0.53 | متوسط |
| ٣ | مواقع الصحف على الانترنت | 31 | 15.5 | 80 | 40.0 | 50 | 25.0 | 1.88 | 0.70 | متوسط |
| | مصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ | | | | | | | **2.09** | **0.37** | متوسط |

يظهر من الجدول (٢٢) أن المتوسطات الحسابية لمجال "مصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ" تراوحت بين (١,٨٨-٢,٣٩)، كان أعلاها لمصدر "كلاهما معا (الصحف المطبوعة، ومواقع الصحف على الانترنت)" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٣٩) وبانحراف معياري (٠,٦٦) وبدرجة مرتفعة، يليه مصدر "الصحف المطبوعة"

بمتوسط حسابي بلغ (٢,٠٢) وبانحراف معياري (٠,٥٣) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة مصدر "مواقع الصحف على الانترنت" بمتوسط حسابي بلغ (١,٨٨) وبانحراف معياري (٠,٧٨) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "مصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ" ككل (٢,٠٩) وانحراف معياري (٠,٣٧) وبدرجة متوسطة، ويعزو السبب في ذلك إلى مدى اهتمام الجمهور بكيفية الحصول على معلومات وأحداث محددة وللإطلاع على آخر الإخبار، وأن الصحف الالكترونية متوفرة طوال اليوم، لا تحتاج إلى دفع رسوم، وتمتاز بإمكانية متابعتها من أي مكان وفي أي وقت.

## ثانيا: نتائج اختبار فروض الدراسة

**النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى: لا يختلف معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة باختلاف متغيراتهم الديموغرافية.**

لاختبار هذه الفرضية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين وبلغ حجم العينة (١٦١) تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، وللكشف عن الفروق بين هذه المتوسطات تم استخدام اختبار "t" للعينات المستقلة ( Independent – Sample T. Test) تبعاً لمتغير الجنس، كما تم استخدام تحليل التباين الأحادي ( One – Way ANOVA) تبعاً للمتغيرات (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، والجداول أدناه توضح ذلك.

**- الفروق تبعاً لمتغير الجنس:**

**الجدول (٢٣): نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس**

| معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة | الجنس | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "t" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ذكر | ١١٩ | 2.30 | 0.77 | 2.117 | 0.148 |
| | أنثى | ٤٢ | 2.33 | 0.68 | | |

يظهر من الجدول (٢٣) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤٠,٠٥) في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة "t" (٢,١١٧) بدلالة إحصائية (٠,١٤٨) ويعزو السبب في الحصول على تلك النتيجة اتفاق العينة على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس، ويعود السبب أيضا في ذلك أن مستوى الثقافة في متابعة الأخبار بجميع أنواعها (الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية) للجنسين موحد سواء للذكر أم للأنثى.

- الفروق تبعاً لمتغير العمر:

**الجدول (٢٤): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر**

| | العمر | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "ف" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية | ١٨-٢٢ سنة | 25 | 2.20 | 0.81 | 0.766 | 0.515 |
| | من ٢٣ إلى ٢٦ سنة | 21 | 2.33 | 0.79 | | |
| | من ٢٧- إلى ٣٠ سنة | 52 | 2.23 | 0.80 | | |
| | من ٣١ سنة -فأكثر | 63 | 2.41 | 0.66 | | |

يظهر من الجدول (٢٤) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≥٠,٠٥) في اختلاف معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية تبعاً لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة "ف" (٠,٧٦٦) بدلالة إحصائية (٠,٥١٥) ويعزو السبب في ذلك إلى تقارب اهتمامات أفراد العينة بمعدل قراءاتهم للصحف اليومية.

- الفروق تبعاً لمتغير المستوى التعليمي:

**الجدول (٢٥): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي**

| | المستوى التعليمي | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "ف" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية | ثانوية عامة فما دون | 10 | 2.40 | 0.84 | 0.351 | ٠,٧٨٩ |
| | دبلوم | 5 | 2.00 | 1.00 | | |
| | بكالوريوس | 141 | 2.31 | 0.73 | | |
| | دراسات عليا | 5 | 2.40 | 0.89 | | |

يظهر من الجدول (٢١) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤٠,٠٥) في اختلاف معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة "f" (٠,٣٥١) بدلالة إحصائية (٠,٧٨٩)، ويعزو السبب في ذلك إلى تقارب اهتمامات أفراد عينة الدراسة بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

- الفروق تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي:

الجدول (٢٢): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي

| | المستوى الاقتصادي | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "F" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية | منخفض | 53 | 2.28 | 0.79 | 0.352 | 0.704 |
| | متوسط | 98 | 2.30 | 0.73 | | |
| | مرتفع | 10 | 2.50 | 0.70 | | |

يظهر من الجدول (٢٢) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤٠,٠٥) في اختلاف معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي، حيث بلغت قيمة "f" (٠,٣٥٢) بدلالة إحصائية (٠,٧٠٤) ويعزو السبب في ذلك إلى أن معدل قراءة الجمهور للصحف اليومية لا تتأثر تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي وعلى تقارب الاهتمامات والمستوى الثقافي لأفراد عينة الدراسة.

**النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية: لا يختلف معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت باختلاف متغيراتهم الديموغرافية.**

لاختبار هذه الفرضية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، وللكشف عن الفروق بين هذه المتوسطات تم استخدام اختبار "t" للعينات المستقلة (Independent – Sample T. Test) تبعاً لمتغير الجنس، كما تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One – Way ANOVA) تبعاً للمتغيرات (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، والجداول أدناه توضح ذلك.

**- الفروق تبعاً لمتغير الجنس:**

**الجدول (٢٣): نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس**

| | الجنس | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "t" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت | ذكر | ١١٦ | 2.67 | 0.95 | 2.423 | 0.122 |
| | أنثى | ٤٠ | 2.12 | 1.06 | | |

يظهر من الجدول (٢٣) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤٠,٠٥) في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة "t" (٢,٤٢٣) بدلالة إحصائية (٠,١٢٢)، ويعزو السبب في ذلك تقارب اهتمامات أفراد العينة بمستوى الثقافة في متابعتهم الأخبار

بجميع أنواعها (الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية) بغض النظر عن متغير الجنس وخاصة أن الانترنت متاح لكلا الجنسين سواءً الذكور أم الاناث.

- الفروق تبعاً لمتغير العمر:

**الجدول (٢٤): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر**

| | العمر | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "ف" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية على الإنترنت | ١٨-٢٢ سنة | 20 | 2.35 | 1.08 | 0.331 | 0.803 |
| | من ٢٣ إلى ٢٦ سنة | 28 | 2.57 | 1.10 | | |
| | من ٢٧- إلى ٣٠ سنة | 51 | 2.60 | 0.89 | | |
| | من ٣١ سنة -فأكثر | 57 | 2.5 | 1.05 | | |

يظهر من الجدول (٢٤) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq$ ٠,٠٥) في اختلاف معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة "ف" (٠,٣٣١) بدلالة إحصائية (٠,٨٠٣)، ويعزو السبب في ذلك إلى تقارب اهتمامات أفراد العينة لمعدل قراءتهم للصحف اليومية على الإنترنت، وخاصة أن فرص الاطلاع على الانترنت متاحة لجميع الأفراد بغض النظر عن فئتهم العمرية.

- الفروق تبعاً لمتغير المستوى التعليمي:

**الجدول (٢٥): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي**

| | المستوى التعليمي | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "ف" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية على الإنترنت | ثانوية عامة فما دون | 10 | 2.60 | 1.17 | 0.590 | 0.622 |
| | دبلوم | 9 | 2.11 | 1.16 | | |
| | بكالوريوس | 130 | 2.56 | 0.98 | | |
| | دراسات عليا | 7 | 2.426 | 1.13 | | |

يظهر من الجدول (٢٥) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤٠,٠٥) في اختلاف معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة "f" (٠,٥٩٠) بدلالة إحصائية (٠,٦٢٢)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن جميع أفراد العينة لديهم تقارب في اهتماماتهم بمعدل قراءتهم للصحف اليومية على الإنترنت.

- الفروق تبعاً لمتغير الدخل الشهري:

الجدول (٢٦): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الطلاب لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي

| | المستوى الاقتصادي | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "f" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية على الإنترنت | منخفض | 47 | 2.42 | 0.97 | 0.386 | 0.680 |
| | متوسط | 94 | 2.58 | 1.07 | | |
| | مرتفع | 15 | 2.53 | 0.74 | | |

يظهر من الجدول (٢٦) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤٠,٠٥) في اختلاف معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي، حيث بلغت قيمة "f" (٠,٣٨٦) بدلالة إحصائية (٠,٦٨٠)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن هناك تقارب في اهتمامات أفراد العينة لقراءتهم للصحف اليومية على الإنترنت ولا يتأثر ذلك تبعا لمتغير المستوى الاقتصادي.

**النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة: لا يختلف معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت بامتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت أو بتوافر جهاز حاسوب متصل بالانترنت بالمنزل بينما يختلف معدل زيارة الجمهور لهذه المواقع باختلاف مدى إجادتهم التعامل مع الحاسوب.**

لاختبار هذه الفرضية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعاً للمتغيرات (امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت، توافر جهاز حاسوب متصل بالانترنت ،إجادة التعامل مع الحاسوب)، وللكشف عن الفروق بين هذه المتوسطات تم استخدام اختبار "t" للعينات المستقلة (Independent – Sample T. Test) تبعاً للمتغيرات (امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت، توافر جهاز حاسوب متصل بالانترنت ،إجادة التعامل مع الحاسوب)، والجداول أدناه توضح ذلك.

**– الفروق تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت:**

**الجدول (٢٧): نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت**

| | امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "t" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| معدل زيارة الجمهور لمواقع الصحف على الانترنت | نعم | 139 | 2.51 | 0.98 | 4.662 | 0.032 |
| | لا | 17 | 2.64 | 1.27 | | |

يظهر من الجدول (٢٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥) لمعدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت، حيث بلغت قيمة "t" (٤,٦٦٢)

بدلالة إحصائية (٠,٠٣٢) ولصالح الذين يمتلكون تلفون محمول متصل بالانترنت، ويعزو السبب في ذلك إلى عدم امتلاك أفراد العينة لأجهزة التلفون المتطورة الحديثة التي تستطيع بسهولة الحصول على الأخبار وبوقت زمني قصير، وربما أيضاً إلى قلة معرفته لاستخدام الإنترنت في حصوله على الأخبار.

- الفروق تبعاً لمتغير امتلاك حاسوب متصل بالانترنت:

**الجدول (٢٨): نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الطلاب لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك حاسوب متصل بالانترنت بالمنزل**

| معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت | امتلاك حاسوب متصل بالانترنت بالمنزل | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "t" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | نعم | 124 | 2.47 | 1.01 | 1.178 | 0.280 |
| | لا | 32 | 2.75 | ·.98 | | |

يظهر من الجدول (٢٨) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤٠,٠٥) في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك حاسوب متصل بالانترنت، حيث بلغت قيمة "t" (١,١٧٨) بدلالة إحصائية (٠,٢٨٠)، ويعزو ربما السبب في ذلك إلى أن هناك اهتمامات لأفراد العينة بمتابعة الأخبار ولديهم القدرة المالية لحصولهم على الإنترنت داخل المنزل، وان هناك اتصال مباشر مع أي مكان في العالم، بكمية لا تحصى لتبادل المعلومات.

- الفروق تبعاً لمتغير إجادة التعامل مع الحاسوب:

الجدول (٢٩): نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير إجادة التعامل مع الحاسوب

| معدل زيارة الجمهور لمواقع الصحف على الانترنت | إجادة التعامل مع الحاسوب | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "t" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | جيد | 148 | 2.53 | 1.01 | 0.566 | 0.453 |
| | ضعيف | 8 | 2.50 | 0.92 | | |

يظهر من الجدول (٢٩) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≥٠,٠٥) في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير إجادة التعامل مع الحاسوب، حيث بلغت قيمة "t" (٠,٥٦٦) بدلالة إحصائية (٠,٤٥٣)، ويعزو السبب في ذلك أن أفراد العينة يتأقلمون مع التكنولوجيا الجديدة التي فتحت آفاقاً جديدة للتواصل مع القراء عبر أقنية ووسائل جديدة ومعرفتهم لكيفية استخدام هذه التكنولجيا وأن جمهور نشط وايجابي يختار ويستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته ولتحقيق أهدافه المعينة.

**النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة: توجد دوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف باختلاف متغيراتهم الديموغرافية.**

لاختبار هذه الفرضية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين، – علماً بأن حجم عينة الجمهور الذين يطالعون الصحف على مواقعها الألكترونية (١٥٦)- تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، وللكشف عن الفروق بين هذه المتوسطات تم

استخدام اختبار "t" للعينات المستقلة (Independent – Sample T. Test) تبعاً لمتغير الجنس، كما تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One – Way ANOVA) تبعاً للمتغيرات (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، والجداول أدناه توضح ذلك.

- الفروق تبعاً لمتغير الجنس:

الجدول (٣٠): نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس

| دوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف | الجنس | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "t" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ذكر | 116 | 2.2943 | ٠.40 | 0.010 | 0.922 |
| | أنثى | 40 | 2.3143 | ٠.36 | | |

يظهر من الجدول (٣٠) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤٠,٠٥) لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة "t" (٠,٠١٠) بدلالة إحصائية (٠,٩٢٢)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن هناك تقارب في درجة اهتمامات أفراد العينة في قراءتهم ومتابعتهم للأخبار.

- الفروق تبعاً لمتغير العمر:

الجدول (٣١): نتائج تحليل التباين (One– Way ANOVA) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر

| دوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف | العمر | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "F" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ١٨-٢٢ سنة | 20 | 2.23 | 0.33 | 1.798 | 0.150 |
| | من ٢٣ إلى ٢٦ سنة | 28 | 2.19 | 0.40 | | |
| | من ٢٧- إلى ٣٠ سنة | 51 | 2.28 | 0.41 | | |
| | من ٣١ سنة -فأكثر | 57 | 2.38 | 0.391 | | |

يظهر من الجدول (٣١) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤٠,٠٥) لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً

لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة "f" (١,٧٩٨) بدلالة إحصائية (٠,١٥٠)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن هناك تقارب في اهتمامات أفراد العينة لزيارة مواقع الصحف .

- الفروق تبعاً لمتغير المستوى التعليمي:

الجدول (٣٢): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

| | المستوى التعليمي | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "f" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| دوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف | ثانوية عامة فما دون | 10 | 2.55 | 0.43 | 4.066 | 0.008 |
| | دبلوم | 9 | 2.14 | 0.50 | | |
| | بكالوريوس | 130 | 2.30 | 0.36 | | |
| | دراسات عليا | 7 | 1.93 | 0.48 | | |

يظهر من الجدول (٣٢) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≥٠,٠٥) لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة "f" (١,٩٢٥) بدلالة إحصائية (٠,١٢٥).

ولمعرفة مواقع هذه الفروق، تم تطبيق اختبار (scheffe) للمقارنات البعدية على معدل تبعاً لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف لمتغير عدد أفراد الأسرة.

الجدول (٣٣): نتائج تطبيق اختبار (scheffe) للمقارنات البعدية لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

| المستوى التعليمي | المتوسط الحسابي | ثانوية عامة فما دون | دبلوم | بكالوريوس | دراسات عليا |
|---|---|---|---|---|---|
| ثانوية عامة فما دون | 2.55 | – | ٠,٤١ | ٠,١٦- | *٠,٦٢ |
| دبلوم | 2.14 | | – | ٠,١٦- | ٠,٢١ |
| بكالوريوس | 2.30 | | | – | ٠,٣٧ |
| دراسات عليا | 1.93 | | | | – |

يظهر من الجدول (٣٣) أن مواقع الفروق لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف تبعاً لمتغير المستوى التعليمي كانت بين "ثانوية عامة فما دون" و"دراسات عليا"، ولصالح "ثانوية عامة فما دون" حيث بلغ المتوسط الحسابي "ثانوية عامة فما دون" (٢,٥٥)، بينما بلغ

المتوسط الحسابي "دراسات عليا" (١,٩٣)، ولم تظهر فروق دالة إحصائياً بين المستويات التعليمية الأخرى، ويعزو السبب في ذلك إلى أن مواقع الصحف أتاحت عدداً من الخدمات الاتصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة وتحقق قدراً كبيراً من الاندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة.

- **الفروق تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي:**

**الجدول (٣٤): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي**

| | المستوى الاقتصادي | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "ف" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| دوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف | منخفض | 47 | 2.15 | 0.38 | 1.003 | 0.369 |
| | متوسط | 94 | 2.11 | 0.32 | | |
| | مرتفع | 15 | 2.01 | 0.31 | | |

يظهر من الجدول (٣٤) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥) لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي، حيث بلغت قيمة "ف" (١,٠٠٣) بدلالة إحصائية (٠,٣٦٩).

**النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين المواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من قراءة الصحف.**

لاختبار الفرضية الخامسة، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من قراءة الصحف وجدول (٣٥) يوضح ذلك.

**الجدول (٣٥): نتائج تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة الإحصائية بين المواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من قراءة الصحف**

| المتغير المستقل | قيمة t | دلالة "t" الإحصائية | قيمة Beta | قيمة R | قيمة $R^2$ | قيمة f | دلالة "f" الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| المواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعيا | 0.388 | 0.699 | 0. 031 | 0. 031 | 0. 001 | 0. 150 | 0.699 |

**المتغير التابع: الاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من قراءة الصحف**

يظهر من الجدول (٣٥) أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من قراءة الصحف، حيث بلغت قيمة (t) (٠,١٥٠) وبدلالة إحصائية (٠,٦٩٩)، وبلغت قيمة (R) (٠,٠٣١) والتي تمثل معامل الارتباط للنموذج الكلي، وقيمة ($R^2$) (٠,٠٠١) التي تمثل نسبة تأثير أو تفسير المتغير المستقل على المتغير التابع، وبلغت قيمة (f) (٠,١٥٠) وبدلالة إحصائية (٠,٦٩٩).

**النتائج المتعلقة بالفرضية السادسة: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع.**

لاختبار الفرضية السادسة، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع وجدول (٣٦) يوضح ذلك.

الجدول (٣٦): نتائج تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة الإحصائية بين عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع

| المتغير المستقل | قيمة t | دلالة "t" الإحصائية | قيمة Beta | قيمة R | قيمة $R^2$ | قيمة f | دلالة "f" الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا | 0.610 | 0.543 | 0. 049 | 0. 049 | 0. 002 | 0.372 | 0.543 |

المتغير التابع: الاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع

يظهر من الجدول (٣٦) أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الطلاب إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع، حيث بلغت قيمة (t) (٠,٣٧٢) وبدلالة إحصائية (٠,٥٤٣)، وبلغت قيمة (R) (٠,٠٤٩) والتي تمثل معامل الارتباط للنموذج الكلي، وقيمة ($R^2$) (٠,٠٠٢) التي تمثل نسبة تأثير أو تفسير المتغير المستقل على المتغير التابع، وبلغت قيمة (f) (٠,٣٧٢) وبدلالة إحصائية (٠,٥٤٣).

**ملخص النتائج**

من خلال عرض النتائج السابقة التي تضمنت جميع محاور الدراسة يمكن تلخيص النتائج على النحو التالي:

- أظهرت النتائج المتعلقة بالأشخاص الذين يقرؤون الصحف أنّ الذين يقرؤون الاثنان معا (الصحف الورقية ومواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت) هم الأكثر تكراراً.د
- أظهرت النتائج المتعلقة بقراءة الصحف التي يقوم الجمهور بقراءتها أن صحيفة الرأي هي الأكثر تكراراً ويليه صحيفة الدستور.
- أظهرت النتائج لمن يقرأ النسخة الورقية، بمدى انتظام الجمهور في شراء الصحف اليومية كان أعلاها تكراراً للانتظام في شراء الصحف اليومية "أحيانا".
- أظهرت النتائج المتعلقة لمن يقرأ الصحف الورقية والالكترونية، بمدى تأثير الاعتياد على زيارة مواقع الصحف على شرائك للصحف اليومية الورقية الأكثر تكراراً كانت للذين لا يشترون كما كانوا قبل اعتياد زيارة المواقع.
- أظهرت النتائج المتعلقة بطريقة شراء الصحف الورقية الأكثر تكراراً بلغت للفئة "أنا أقوم بشرائها".
- أظهرت النتائج المتعلقة بمدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال أسبوع الأكثر تكراراً بلغت للفئة "من خمس إلى سبع مرات أسبوعيا".
- أظهرت النتائج المتعلقة بعدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الانترنت خلال أسبوع الأكثر تكرارا للفئة "من خمس إلى سبع مرات أسبوعيا" يقوم الجمهور صفح مواقع الصحف اليومية على الانترنت.

- أظهرت النتائج المتعلقة بمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية وبلغت الفئة بمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية "أحياناً" هي الأكثر تكراراً ويليه مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية "نادراً".
- أظهرت النتائج المتعلقة بالأسباب التي تجذب الجمهور لزيارة مواقع الصحف على الانترنت كان أعلاها لسبب "الحصول على أحداث الأخبار ومتابعة الأحداث الجديدة" وبدرجة مرتفعة.
- أظهرت النتائج المتعلقة للموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت "السياسة" هي الأكثر تكراراً.
- أظهرت النتائج المتعلقة لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية أن سبب "أفضل الحصول على الأخبار من الراديو والتلفزيون" هو الأكثر تكراراً ويليه سبب "أفضل قراءتها على الانترنت".
- أظهرت النتائج المتعلقة "الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت" كان أعلاها للإشباع "تعزيز الآراء السياسية".
- أظهرت النتائج المتعلقة الإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية" كان أعلاها للإشباع "معرفة أخر الأحداث والتطورات" وبدرجة مرتفعة، يليه الإشباع "تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين" وبدرجة مرتفعة.
- أظهرت النتائج لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف عبر مواقعها "لا أجيد استعمال الانترنت" هو الأكثر تكراراً.

- أظهرت النتائج المتعلقة بمصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ" كان أعلاها لمصدر "كلاهما معا (الصحف المطبوعة، ومواقع الصحف على الانترنت)" وبدرجة مرتفعة.

- في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي) بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥).

- أظهرت النتائج المتعلقة في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥) على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت، إجادة التعامل مع الحاسوب، المستوى الاقتصادي).

- أظهرت النتائج المتعلقة بدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha$ $\leq$٠,٠٥) تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى الاقتصادي).

- أظهرت النتائج المتعلقة بمواقع الفروق لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف تبعاً لمتغير المستوى التعليمي كانت بين "ثانوية عامة فما دون" و"دراسات عليا"، ولصالح "ثانوية عامة فما دون".

- أظهرت النتائج المتعلقة بالمواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الطلاب إلى تحقيقها من قراءة الصحف، أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية.

- أظهرت النتائج المتعلقة بعدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الطلاب إلى تحقيقها من زيارة المواقع أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (($\alpha \leq$ ٠,٠٥)).

## التوصيات

في ضوء ما توصل إليه الباحث من نتائج يوصي بما يلي:

١. ضرورة القيام بإجراء دراسات متشابهة لهذه الدراسة، على شرائح المجتمع المختلفة وبيان الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدامات الصحف الورقية ومواقعها على شبكة الإنترنت.

٢. تشجيع البحث العلمي والدراسات الخاصة بالإعلام الجديد وخاصة الشبكات الاجتماعية والعمل على إدراجه ضمن المساقات التي تدرس في كليات الاتصال والإعلام في الوطن العربي.

٣. نشر الوعي بإيجابيات استخدام شبكة الإنترنت بالحصول على الصحف اليومية واستخدامه لأغراض تعليمية.

٤. الدعوة لإنشاء مجموعات تعليمية هادفة تتبنى القضايا الاجتماعية والثقافية لتبادل المعرفة وتعميم الفائدة.

٥. ضرورة تطوير أساليب الإخراج والتحرير في الصحف حتى تتمكن من المنافسة في سوق وسائل الاتصال.

٦. ضرورة إجراء المزيد من الدراسات لتلبية احتياجات ورغبات القراء وأن تطور من ومواقعها على الإنترنت بحيث أن يكون هناك اختلافاً بين الصحف في شكلها على مواقع الإنترنت.

٧. تدريب الطلاب على كيفية إنشاء مواقع جذابة للصحف التي يقومون بإصدارها كمشاريع تخرج على اعتبار أن هؤلاء الطلاب هم صحفيو المستقبل.

# قائمة المصادر والمراجع


الكتب:

١. أبو عرجة، تيسير. (٢٠٠٠). **دراسات في الصحافة والإعلام**، ط١، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.

٢. أبو عيشة، فيصل. (٢٠١٠). **الإعلام الإلكتروني**، ط١، دار أسامة للطباعة والنشر، عمان، الأردن.

٣. أمين، رضا. (٢٠٠٧). **الصحافة الالكترونية**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

٤. بخيت، السيد.(٢٠٠٠). **الصحافة والإنترنت**، ط١، العربي للنشر والتوزيع، الأردن.

٥. تربان، ماجد. (٢٠٠٨). **الانترنت والصحافة الالكترونية رؤية مستقبلية**، ط١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

٦. حجاب، محمد منير (٢٠٠٥): **الحرب النفسية**، جامعة جنوب الوادي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

٧. حجاب، محمد. (٢٠٠٨). **وسائل الاتصال نشأتها وتطورها**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

٨. الدعيلج، إبراهيم. (٢٠١٠). **الاتصال والوسائل والتقنيات التعليمية**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

٩. الدليمي، عبد الرازق محمد. (٢٠١١). **" الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية"**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

١٠. سليمان، زيد. (٢٠٠٩). **الصحافة الالكترونية**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

١١. سيد، محمد. ٢٠١٤. تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية، شبكة الألوكة، ثقافة ومعرفة، الرياض، السعودية.

١٢. الشهري، فايز عبد الله ، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة، دبي، دار الحكمة، ٢٠٠٣، ص٢١.

١٣. صادق، عباس مصطفى (٢٠٠٣): صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة- أبو ظبي، الطبعة الأولى، ص ٣٠.

١٤. عبد الحسيب، محمد. (١٩٩٧). الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، ط١، دار الشروق، القاهرة.

١٥. عبد الله، فايز (٢٠٠٢): ماذا بعد عصر الإنترنت، المكتبة العالمية، بيروت، ص٢٣.

١٦. علم الدين، محمود. ٢٠٠٠. الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات، الصحافة والنشر، مطابع الأهرام، ص ٢٧١، القاهرة، مصر.

١٧. عليان، ربحي مصطفى. (٢٠١٠). أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العلمي، عمان، درا صفاء للنشر.

١٨. فايز، عبد الله، (٢٠٠٢): ماذا بعد عصر الإنترنت، المكتبة العالمية، بيروت، ص٢٣.

١٩. الفيصل، عبد الأمير. (٢٠٠٦). الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط١، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.

٢٠. القضاة، علي. (٢٠٠٨). الصحافة الأردنية واتفاقية السلام، دار كنوز للمعرفة العالمية للنشر والتوزيع، ط١، عمان، الأردن.

٢١. مكاوي: حسن، السيد: ليلى،(١٩٩٨)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة .

٢٢. الموسى، عصام. (١٩٩٧). تطور الصحافة الأردنية (١٩٢٠-١٩٩٧)، ط١، دائرة المكتبة الوطنية، الأردن.

٢٣. الموسى، عصام. (٢٠٠٩). **المدخل في الاتصال الجماهيري**، ط٦، مطبعة الكناني للنشر والتوزيع، عمان.

٢٤. نصر، حسني. (٢٠٠٣). **الانترنت والإعلام. الصحافة الالكترونية**، ط١، العين: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

**الرسائل الجامعية:**

١. الخطيب، أحمد، **"الصحافة الورقية بين الاندثار والاستمرار: دراسة ميدانية تحليلية"**، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن،٢٠١١.

٢. الرحباني، عبير. (٢٠٠٩). **" استخدام الصحافة الالكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن**، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

٣. العنانزة، عزام ودرويش، عبد الرحيم. (٢٠٠٩). أنماط ودوافع تعرض طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية الأردنية المطبوعة الصادرة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الإنترنت، رسالة ماجستير منشورة، **مجلة سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة اليرموك، الأردن.**

٤. العنزي، صالح (٢٠٠٧): **إخراج الصحف الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت**، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص٤٠.

٥. المطيري، حماد. (٢٠١١). **اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الالكترونية والصحافة الورقية: دراسة مقارنة**"، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

**المجلات المحكمة والمؤتمرات:**

١. غريب، سعيد. (٢٠٠١). الصحيفة الإلكترونية والورقية: دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، جمعة القاهرة، كلية الإعلام، **المجلة المصرية للبحوث والإعلام، العدد ١٣، أكتوبر، ص ص١٧٧-٢٢٢.**

٢. خالد، نواف ومحمد، خليل. (٢٠١١). الصحافة الإلكترونية ماهيتها والمسؤولية التقصيرية الناشئة من نشاطها، **مجلة الشريعة والقانون، العدد السادس والأربعون إبريل ٢٠١١، الموصل، العراق.**

٣. شريم، أميمة. (١٩٨٤). **الصحافة الأردنية وعلاقتها بقوانين المطبوعات والنشر (١٩٢٠- ١٩٨٣)**، ط١، عمان.

٤. عبود، أمال عبد الطيف. ٢٠١٢. استخدامات طلبة الجامعات العراقية للصحافة الالكترونية وتأثيرها على الصحافة الورقية (كلية الإعلام- جامعة بغداد أنموذجا)، **مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد ٢٠، العدد٣، جامعة بغداد، العراق.**

٥. عبيدات، شفيق وسكر، أحمد والزعبي، زياد. (٢٠٠٣). **مسيرة الصحافة الأردنية (١٩٢٠- ٢٠٠٠)**، عمان.

٦. عبيدات، محمد. (٢٠٠٠). **منهجية البحث العلمي: القواعد والتطبيقات**، دار ورد، عمان.

٧. العتيبي، بندر. (٢٠٠٥). الصحافة الإلكترونية هل هي بديل للصحافة الورقية أم منافس، مجلة العالم الرقمي، العدد١٤٢، ١١ ديسمبر ٢٠٠٥، ص١، منشور على الموقع الآتي: http://www.al-jazirah.com تاريخ زيارة الموقع: ٢٠٠٩/١١/٨.

٨. نحاس، منال. (٢٠١٣). مستقبل الصحيفة الورقية عن طريق الموقع الإلكتروني: http://alhayat.com/Opinion/Writers/345241/

**المراجع الأجنبية:**

Blumler, jay& Eliahu Katz (1974) **The Uses of Mass Communication.** Beverly Hills, Cal., Sage Publications.

Hoefges, R. Michael (1998) "Taking It Back in Cyberspace", **Newspaper Research Journal:19:3, pp. 95-109.**

Li, Xigen (1988) "Web Page Design and Graphic Use of Three U.S. Newspapers", **Journalism & Mass Communication Quarterly, Summer, pp. 353-365.**

Sanjit Kumar Roy (2007) **Internet uses and Gratifications structure,** ICFAI Journal of Management Research vol. 6. Issue 12, December 2007, P. 45.

Singer, Jane B. (1997) "Changes an Consistencies: Newspaper Journalists Contemplate Online Future", **Newspaper Research Journal: 18: 1-2, pp. 2-18.**

Surgeon, General's Scientific Advisory Committee on Television and Growing Up, (1972), **Report to the Surgeon General**, U.S. public Health Service, Washington, D.C. U.S. Government Printing Office, 1972.

# الملاحق

# ملحق رقم (١)

## قائمة المحكمين

| الاسم | الرتبة العلمية | التخصص |
|---|---|---|
| الدكتور محمود السماسيري | أستاذ مساعد | علاقات عامة |
| الدكتور عبد العزيز خزاعلة | أستاذ | علم اجتماع |
| الدكتور محمد الحوراني | أستاذ مشارك | علم اجتماع |
| الدكتور محمد بني سلامة | أستاذ مشارك | علوم سياسية |
| الدكتور زهير طاهات | أستاذ مساعد | صحافة |

## ملحق (٢)

## الاستبانة بصورتها النهائية

جامعة اليرموك

كلية الإعلام

قسم الصحافة

نموذج استبانة

أخي المجيب/ أختي المجيبة:

يجري الباحث دراسة ميدانية بعنوان " أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت "، كمتطلب أساسي لنيل درجة الماجستير في الإعلام من قسم الصحافة والإعلام ( كلية الصحافة والأعلام ) في جامعة اليرموك / إربد– الأردن، ويرجو منك التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الاستبانة بوضع إشارة ( X ) أمام الإجابة التي تتفق مع وجهة نظرك، مؤكداً أن كل البيانات والمعلومات التي سيتم الحصول عليها [سرية] ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكراً لكم حسن تعاونكم .

**الباحث:**

ربيع نايف ذيابات

البيانات الشخصية

الجنس:

□ ذكـر □ أنـثـى

العُمر :

□ ١٨_ ٢٢ سنة
□ من ٢٣_ إلى ٢٦ سنة
□ من٢٧ _ إلى ٣٠ سنة
□ من ٣١ سنة _ فأكثر

المستوى التعليمي:

□ ثانوية عامة فما دون
□ دبلوم
□ بكالوريوس
□ دراسات عليا

المهنة:

□ طالب
□ أعمال حرة
□ موظف
□ لا أعمل

المستوى الاقتصادي:

□ منخفض
□ متوسط
□ مرتفع

امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت:

□ نعم
□ لا

امتلاك جهاز حاسوب متصل بالانترنت :

□ نعم
□ لا

إجادة تعامل مع الكمبيوتر:

□ جيد
□ ضعيف
□ ٩٠٠ د فأكثر

**الجزء الأول: مدى قراءة الصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها.**

س١ : هل تقوم بقراءة الصحف ؟

- ◻ الاثنان معاً
- ◻ الصحف اليومية الورقية فقط
- ◻ مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت فقط

س٢: ما هي الصحف التي تقوم بقراءتها؟

| الصحيفة | الصحيفة الورقية | الصحيفة الالكترونية |
|---|---|---|
| الرأي | | |
| الدستور | | |
| الغد | | |
| العرب اليوم | | |
| الديار | | |
| الأنباط | | |

س٣: لمن يقرأ النسخة الورقية، ما مدى انتظامك في شراء الصحف اليومية؟

◻ دائماً ◻ أحياناً ◻ نادراً ◻ مطلقاً

س٤: لمن يقرأ الصحف الورقية والالكترونية، ما مدى تأثير الاعتياد بزيارة مواقع الصحف على شرائك لصحف اليومية الورقية؟

- ◻ لا، أشتريها كما كنت قبل اعتياد زيارة المواقع
- ◻ نعم، أشتريها كما كنت قبل اعتياد زيارة المواقع

س٥: من يقوم بشراء الصحف اليومية الورقية (يمكنك اختيار أكثر من بديل)؟

- ◻ أنا أقوم بشرائها
- ◻ يشتريها أحد أفراد الأسرة
- ◻ يشتريها أحد الأصدقاء
- ◻ لا، أشتريها وإنما أقرأها من المكتبة

**الجزء الثاني: لمن يقرأ الصحف الورقية**

س٦: ما مدى المواظبة على قراءة هذه الصحف اليومية خلال أيام الأسبوع؟

- ☐ مرة أو مرتين أسبوعياً
- ☐ ثلاث أو أربع مرات أسبوعياً
- ☐ من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً
- ☐ أخرى أذكرها (.......................................)

**( لمن يتصفح مواقع الصحف اليومية )**

س٧: ما عدد مرات تصفحك لهذه لمواقع خلال أيام الأسبوع؟

☐ مرة أو مرتين أسبوعياً ☐ ثلاث أو أربع مرات أسبوعياً

☐ من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً ☐ أخرى أذكرها (......................)

**( لمن يقرأ الصحف الورقية)**

س٨:ما مدى انتظامك في قراءة هذه الصحف ؟

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً

**( لمن يتصفح مواقع الصحف اليومية)**

س٩: ما مدى الانتظام في تصفح هذه المواقع ؟

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً

**( لمن يزور مواقع الصحف اليومية الأردنية)**

س١٠: منذ متى بدأت بزيارة مواقع هذه الصحف ؟

☐ منذ أقل من عام ☐ منذ سنة أو سنتين ☐ منذ ثلاث أو أربع سنوات

☐ منذ خمس سنوات فأكثر ☐ أخرى أذكرها (.........................)

**( لمن يتصفح مواقع الصحف على الانترنت، أجب على الأسئلة التالية: (١١، ١٢، ١٣، ١٤، ١٧)**

س١١: ما الأسباب التي تجذبك لزيارة مواقع الصحف على الإنترنت؟

| الأسباب | إلى حد كبير | إلى حداً ما | مطلقاً |
| --- | --- | --- | --- |
| لا تكلفني كثيراً مثل شراء الصحف | | | |
| يمكن قراءة أكثر من صحيفة يومية | | | |
| الحصول على أحداث الأخبار ومتابعة الأحداث الجديدة | | | |
| التفاعل بإرسال رسائل والتعليق | | | |
| تخزين الأخبار والمقالات على الكمبيوتر وقراءتها فيما بعد | | | |
| تفضيل التعامل مع الكمبيوتر على التعامل مع الصحف | | | |
| توفر عنصر الصوت والحركة في المواقع | | | |

س١٢: ما الموضوعات التي تهتم بمتابعتها على هذه المواقع ؟

- □ السياسة
- □ الرياضة
- □ الأدب
- □ الأفلام والمسرحيات
- □ الاقتصادية
- □ الحوادث والجرائم

س١٣: ما أسباب عدم قرأتك لصحف الورقية ؟

- □ ليس لدي وقت
- □ الجرائد مرتفعة الثمن
- □ لا أصدق ما ينشر فيها
- □ أفضل الحصول على الأخبار من الراديو والتلفزيون
- □ أفضل قراءتها على الانترنت

س١٤: ما الاشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة الانترنت؟

| الاشباعات | دائماً | أحياناً | مطلقاً |
|---|---|---|---|
| معرفة أخر الأحداث والتطورات | | | |
| تكوين رأي عن القضايا | | | |
| الشعور بالأمان من خلال المعرفة | | | |
| تعزيز الأراء السياسية | | | |
| اكتساب رؤية ومهارة وتحليل الأحداث | | | |
| تبني رأي من يعجبني في الآراء والتحاليل | | | |
| تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين | | | |
| تسهيل التواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء | | | |
| من أجل التسلية والهروب من الواجبات | | | |
| من أجل الاستمتاع | | | |
| ملء وقت الفراغ | | | |

**لمن يقرأ الصحف في نسختها الورقية أجب على الأسئلة التالية: (١٥، ١٦، ١٧)**

س١٥: ما الاشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية؟

| الاشباعات | دائماً | أحياناً | مطلقاً |
|---|---|---|---|
| معرفة أخر الأحداث والتطورات | | | |
| تكوين رأي عن القضايا | | | |
| الشعور بالأمان من خلال المعرفة | | | |
| تعزيز الأراء السياسية | | | |
| اكتساب رؤية ومهارة وتحليل الأحداث | | | |
| تبني رأي من يعجبني في الآراء والتحاليل | | | |
| تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين | | | |
| تسهيل التواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء | | | |
| من أجل التسلية والهروب من الواجبات | | | |
| من أجل الاستمتاع | | | |
| ملء وقت الفراغ | | | |

س١٦: ما أسباب عدم قراءتك للصحف على مواقعها الإلكترونية ؟

- □ لا أجيد استعمال الانترنت
- □ أفضل ملمس الورق عند القراءة
- □ تعودت على قراءة الصحف الورقية بشكل دائم

س١٧: في حال وقوع أزمة أو حدث طارئ، من أين تفضل الحصول على معلومات عن ذلك؟

| مكان الحصول على المعلومة | دائماً | أحياناً | مطلقاً |
|---|---|---|---|
| الصحف المطبوعة | | | |
| مواقع الصحف على الانترنت | | | |
| كلاهما معاً | | | |